

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, *brand image* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang Innova di Kabupaten Pacitan.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *Accidental sampling* dengan populasi yaitu pelanggan Toyota Kijang Innova di Kabupaten Pacitan yang tidak terbatas (*infinite*) dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Toyota Kijang Innova di Kabupaten Pacitan. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aimed to find out the effect of product quality, brand image, and word of mouth on the purchasing decisions of Toyota Kijang Innova in Pacitan.*

*The research was causal-comparative with a quantitative approach. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. The population was customers of Toyota Kijang Innova in Pacitan consisting of unlimited (infinite). Furthermore, there were 100 respondents as the sample. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution).*

*The research result concluded that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions of Toyota Kijang Innova in Pacitan. On the other hand, the brand image had a positive but insignificant effect on purchasing decisions of Toyota Kijang Innova in Pacitan. In contrast, word of mouth had a positive and significant effect on purchasing decisions of Toyota Kijang Innova in Pacitan.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Word of Mouth, Purchasing Decisions*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

15/2/23

M. Faisol S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 31 Surabaya 60118, Indonesia