

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN (INSTAGRAM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FROZYLAND

Marcella Firstthalia Devita
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) media komunikasi pemasaran (Instagram) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Frozyland yang sudah pernah membeli *dessert* minimal 1 kali pembelian pada toko *dessert* Frozyland. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 105 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis deskriptif, dan analisis Regresi Linear Berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 21 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) media komunikasi pemasaran (Instagram) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, harga, *word of mouth*, media komunikasi pemasaran (Instagram), dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, *WORD OF MOUTH* AND MARKETING COMMUNICATION MEDIA (INSTAGRAM) ON FROZYLAND CONSUMER PURCHASE DECISIONS

Marcella Firstthalia Devita
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2019

This study aims to find out whether: 1) product quality influences purchasing decisions, 2) price influences purchasing decisions, 3) word of mouth influences purchasing decisions, 4) marketing communication media (Instagram) influences purchasing decisions. The population in this study were all Frozyland consumers who had bought dessert at least 1 time purchase at the Frozyland dessert shop. Purposive sampling is used for the sampling technique. The data was obtained by distributing questionnaires to 105 respondents. The data analysis technique in this study is the classic assumption test, descriptive analysis, and multiple linear regression analysis using the SPSS version 21 application for Windows. The results of this study indicate that: 1) product quality influences purchasing decisions, 2) prices do not affect purchasing decisions, 3) word of mouth affects purchasing decisions, 4) marketing communication media (Instagram) influences purchasing decisions.

Keywords: product quality, price, word of mouth, marketing communication media (Instagram), and purchasing decisions.