

ABSTRAK

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Konsumen Cakekinian di Kota Bandung)

Birgita Aulia Permatasari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pada konsumen Cakekinian di Kota Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen potensial yang pernah membeli produk Cakekinian di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi ganda dengan menggunakan *software* SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Cakekinian di Kota Bandung.

Kata kunci: *word of mouth*, *brand ambassador*, kualitas produk, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, BRAND AMBASSADOR,
AND PRODUCT QUALITY TOWARD BUYING DECISION**

A Study on Cakekinian Consumers in Bandung

Birgita Aulia Permatasari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2019

This study aims to identify: 1) the influence of word of mouth towards buying decision, 2) the influence of brand ambassador towards buying decision, 3) the influence of product quality towards buying decision. The sampling technique uses purposive sampling. Data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique in this study is multiple regression analysis using SPSS version 16. The results of this study indicate that: 1) word of mouth had a positive influence on buying decision, 2) brand ambassador had a positive influence on buying decision, 3) product quality had a positive influence on buying decision.

Keywords: Word of Mouth, Brand Ambassador, and Product Quality

