

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK JINISO.ID

Yurike Grasia Amir
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian Pada Produk Jiniso.Id, 2) Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian terhadap produk Jiniso.Id, 3) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Jiniso.Id, 4) Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian pada produk Jiniso.Id. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan produk Jiniso.Id. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20 dan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jiniso.Id, 2) *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pada produk Jiniso.Id, 3) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jiniso.Id, 4) Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jiniso.Id.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Citra Merek keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS ON JINISO.ID PRODUCTS

Yurike Grasia Amir
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to determine: 1) The influence of word of mouth, product quality and brand image simultaneously influencing purchasing decisions for Jiniso.Id products, 2) The influence of word of mouth on purchasing decisions for Jiniso.Id products, 3) The influence of quality Products on purchasing decisions for Jiniso.Id products, 4) The influence of brand image on purchasing decisions for Jiniso.Id products. The population in this research are all customers of Jiniso.Id products. The sample in this study was 120 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling method. The data analysis techniques in this research are descriptive statistical techniques, classical assumption tests, multiple linear analysis, hypothesis testing and coefficient of determination using the IBM SPSS 20 application and data was obtained by distributing questionnaires to 120 respondents. The results of this research show that: 1) Word of Mouth, Product Quality and Brand Image simultaneously influence purchasing decisions on Jiniso.Id products, 2) Word of Mouth influences purchasing decisions on Jiniso.Id products, 3) Product quality does no effect Purchasing Decisions on Jiniso.Id Products, 4) Brand Image influences Purchasing Decisions on Jiniso.Id Products.

Keywords: *Word of Mouth, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.*