

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ES KRIM AICE DI KOTA AMLAPURA

Oleh
Ni Luh Putu Eka Restu Ayuni, Nim 1817041071
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* baik itu secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian produk es krim Aice di Kota Amlapura. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengonsumsi es krim Aice di Kota Amlapura dengan objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, *word of mouth* dan keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan adalah 115 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa (1) kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk es krim Aice di Kota Amlapura. (2) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk es krim Aice di Kota Amlapura. (3) *word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk es krim Aice di Kota Amlapura.

Kata Kunci: *word of mouth*, keputusan pembelian, kualitas produk

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF AICE ICE CREAM PRODUCTS IN AMLAPURA CITY

By

Ni Luh Putu Eka Restu Ayuni, Nim 1817041071

Manajemen Major

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and word of mouth either simultaneously or partially on purchasing decisions of Aice ice cream production in Amlapura City. The research design use discausal quantitative research. Determination of the sample in the study using purposive sampling technique. The subjects used in this study were consumers who consumed Aice ice cream in Amlapura City. The objects used in this study were product quality, word of mouth and purchase decisions. The number of samples used is 115 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) product quality and word of mouth have a significant effect on purchasing decisions for Aice ice cream products in Amlapura City. (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Aice ice cream products in Amlapura City. (3) word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions for Aice ice cream products in Amlapura City.

Keywords: *word of mouth, purchasing decisions, product quality*