

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER BATAGOR GOYANG LIDAH
JALAN UDAYANA
SINGARAJA**

Oleh

Brilliant Wigi Listiantomi, NIM 1817041116

Jurusan Manajemen

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial *word of mouth* dan citra merek terhadap keputusan pembelian batagor goyang lidah Jalan Udayana Singaraja. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk penentuan sampel. Jumlah sampel yang digunakan adalah 85 responden. Instrument pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) *Word of mouth* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batagor goyang lidah sebesar 66,7%. (2) *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner batagor goyang lidah. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner batagor goyang lidah .

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, *word of mouth*

Abstract

This study aims to examine The simultaneous and partial effect from word of mouth and brand image on purchasing decisions of batagor goyang lidah Jalan Udayana Singaraja. This study is a causal quantitative research using purposive sampling technique for sample determination. The number of samples used is 85 respondents. The data for this study was collected through questionnaire which was analyzed through multiple linear regression analysis. The results revealed that: (1)

Word of mouth and brand image have a significant effect on purchasing decisions of Batagor Goyang Lidah by 66.7%. (2) *Word of mouth* has a positive and significant effect on purchasing decisions for Batagor Goyang Lidah. (3) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of Batagor Goyang Lidah.

Keywords: brand image, purchase decision, *word of mouth*

