

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO UD. LUHUR DESA PATAS

OLEH

Gede Urip Suteja

NIM. 2117041164

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD. Luhur Desa Patas. Objek penelitian yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan keputusan pembelian. Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah UD. Luhur Desa Patas. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 120 responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3) *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian akan menjadi positif apabila terdapat kualitas pelayanan yang baik dan menyenangkan di mata konsumen serta diimbangi dengan *word of mouth* yang secara tidak langsung menjadi teknik pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan baru.

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

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND WORD OF MOUTH (WOM) ON PURCHASE DECISIONS AT UD. LUHUR STORE, PATAS VILLAGE

By

Gede Urip Suteja

Student ID. 2117041164

ABSTRACT

This study was conducted to examine the influence of service quality and word of mouth (WOM) on purchase decisions at UD. Luhur Store, Patas Village. The variables investigated in this study were service quality, word of mouth, and purchase decisions. The research subject was UD. Luhur Store, Patas Village. This study employed a quantitative research design, with questionnaires used as the primary instrument for data collection. A total of 120 respondents participated as the research sample. The hypotheses were tested using multiple linear regression analysis with SPSS version 25. The findings indicate that: (1) service quality and word of mouth simultaneously have a significant influence on purchase decisions; (2) service quality has a significant influence on purchase decisions; and (3) word of mouth has a significant influence on purchase decisions. Purchase decisions are more likely to increase when consumers perceive high-quality service that provides a satisfying experience, supported by effective word of mouth, which serves as an indirect yet powerful marketing strategy for attracting new customers.

Keywords: *purchase decisions, service quality, word of mouth*