

ABSTRAK

Peningkatan usaha makanan yang saat ini semakin pesat, ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi. Persaingan ini berdampak pada kesulitan dalam mencari pasar/konsumen baru. Perusahaan-perusahaan dituntut melakukan inovasi terhadap produknya. Selain inovasi pada produk, yang harus dikembangkan oleh perusahaan kuliner yaitu strategi pemasaran. Seiring dengan berjalannya waktu, banyak berbagai macam bisnis di bidang makanan yang bisa dijadikan peluang usaha, salah satunya yaitu *frozen food* (makananbeku). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Metode analisis datanya menggunakan analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Obyek dalam penelitian ini adalah masyarakat lumajang yang telah melakukan pembelian pada produk *frozen food* di Desa Umbul Kecamatan Kedungjajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth*, harga, dan kualitas produk berpengaruh simultan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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



ABSTRACT

The increase in the food business, which is currently growing rapidly, is marked by a higher level of competition between companies. This competition has an impact on difficulties in finding new markets/consumers. Companies are required to innovate their products. In addition to product innovation, what culinary companies must develop is a marketing strategy. Over time, there are many kinds of businesses in the food sector that can be used as business opportunities, one of which is frozen food. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of word of mouth, price and product quality on purchasing decisions partially and partially. simultaneous. The data analysis method uses multiple linear analysis using the SPSS program. The sample used in this study were 60 respondents. The objects in this study are the Lumajang community who have made purchases of frozen food products in Umbul Village, Kedungjajang District. The results showed that word of mouth, price, and product quality had a significant simultaneous effect on purchasing decisions, while partially price had no effect on purchasing decisions.

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

