

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Septians Distro desa Wonomerto)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Image* Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Septians Distro Desa Wonomerto) baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini merupakan Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Septians Distro desa Wonomerto periode 2016. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto, untuk variabel *brand image* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto dan variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh *word of mouth*, *brand image* dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,887 yang menunjukkan bahwa 89,6% keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto dapat dijelaskan oleh variabel *word of mouth*, *brand image* dan lokasi sedangkan sisanya 10,4% keputusan pembelian pada Septians Distro Desa Wonomerto dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *word of mouth*, *brand image* dan lokasi

*EFFECT OF WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE AND LOCATION ON
PURCHASE DECISION
(Case Study On Septians Distro Wonomerto village)*

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the influence of Word of Mouth, Brand Image And Location Against Purchase Decision (Case Study On Septians Distro Wonomerto Village) either partially or simultaneously.

This research is a quantitative research by looking for associative association that is causal or research that is asking the relationship between two or more variables and causal. The population of this study are consumers who make purchases on Septians Distro Wonomerto village period 2016. Sampling technique using Simple Random Sampling technique. Data analysis method used is multiple linear regression analysis method that is processed by using program SPSS 16.0 for windows.

The result of this research shows that Word of Mouth variable has no influence to purchase decision on Septians Distro Wonomerto Village, for brand image variable have influence to purchase decision at Septians Distro Wonomerto Village and location variable have influence to purchase decision at Septians Distro Desa Wonomerto. While simultaneously there is influence of word of mouth, brand image and location to purchasing decision at Septians Distro Wonomerto Village with coefficient of determination (adjusted R²) obtained equal to 0,887 which indicate that 89,6% purchase decision at Septians Distro Wonomerto Village can be explained by word variable Of mouth, brand image and location while the remaining 10.4% purchase decision on Septians Distro Wonomerto Village influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: word of mouth, brand image and location