

Abstrak

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas produk, harga, dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian cat TOP SEAL anti alkali di Toko Podo Seneng Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan asosiatif yang bersifat kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan populasi adalah konsumen cat TOP SEAL anti alkali di TB PODO SENENG Jombang Kabupaten Jember dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, maka jumlah sampel yang ada pada penelitian ini adalah 80 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil pengujian sebagai berikut : 1) terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, 2) terdapat pengaruh harga dengan keputusan pembelian, 3) terdapat pengaruh *word of mouth* dengan keputusan pembelian, dan 4) koefisien determinasi R^2 yang diperoleh sebesar 0,475. Hal ini berarti 47,5% keputusan pembelian produk dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, dan *Word of Mouth*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian



Abstract

This research aims to determine how much influence product quality, price, and Word of Mouth have on the decision to purchase TOP SEAL paint at the Podo Seneng Shop, Jombang. This research is a quantitative research using causal associative. Data were collected through questionnaires with the population being TOP SEAL paint consumers in TB PODO SENENG, Jember Regency using accidental sampling technique, so the number of samples in this study was 80 respondents. Hypothesis testing is done by using multiple regression analysis techniques. After partial testing or t-test, the following results are obtained: 1) There is an influence between product quality and purchasing decisions, 2) There is an influence of price on purchasing decisions, 3) There is an influence of word of mouth on purchasing decisions, and 4) The coefficient of determination R^2 obtained is 0.475. This means that 47.5% of purchasing decisions product can be explained by the variables of product quality, price, and Word of Mouth.

Keyword : Product Quality, Price, and Word of Mouth, and Purchase Decision

