

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi dan Harga terhadap keputusan pembelian brownies amanda di kabupaten lumajang. Penelitian ini diambil 78 responden sebagai sampel. Dimana jenis penelitian ini merupakan data primer. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pengujian normalitas menggunakan metode grafik. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (uji validitas dan reabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heterosdastisitas, dan normalitas) uji t, uji f serta koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel *Word Of Mouth (WOM)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan variabel *Word Of Mouth (WOM)*, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian Brownies Amanda di Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci : *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi dan Harga, Keputusan Pembelian



Abstract

This study aims to determine the effect of Word Of Mouth (WOM), Location and Price on the purchasing decisions of Amanda's brownies in Lumajang Regency. This study took 78 respondents as a sample. Where this type of research is primary data. Determination of the sample using purposive sampling with normality testing using the graphical method. The analytical tools used in this research are quantitative analysis (test validity and reliability), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity, heterosdastisity, and normality) t test, f test and coefficient of determination. The results of this study explain that partially the Word Of Mouth (WOM) variable has no significant effect on purchasing decisions, the location variable does not significantly affect purchasing decisions, while the price variable partially has a significant effect on purchasing decisions. And simultaneously variable Word Of Mouth (WOM, location and price on purchasing decisions of Brownies Amanda in Lumajang Regency.

Keywords: Word Of Mouth (WOM), Location, and Price, Purchase Decision

