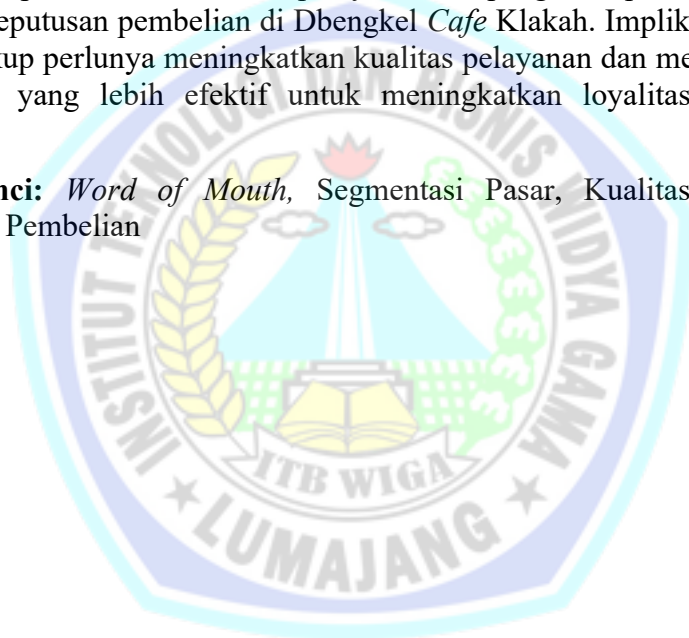


ABSTRAK

Persaingan usaha kuliner yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dbengkel *Cafe* merupakan salah satu usaha dibidang kuliner yang berkembang pesat di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif yang bertempat di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Word of Mouth*, Segmentasi Pasar, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Dbengkel *Cafe*. Penelitian ini dilakukan dengan populasi seluruh konsumen Dbengkel *Cafe* yang dipilih menggunakan teknik *Accidental sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden konsumen Dbengkel *Cafe* Klakah Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan, variabel *word of mouth*, segmentasi pasar, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Dbengkel *Cafe* Klakah. Implikasi dari penelitian ini mencakup perlunya meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas dan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Segmentasi Pasar, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Increasingly fierce culinary business competition encourages business actors to understand the factors that influence consumer purchasing decisions. Dbengkel Cafe is one of the business in the culinary field that is growing rapidly in the midst of increasingly competitive business competition located in Klakah District, Lumajang Regency. This study was conducted to determine how much influence word of mouth, market segmentation, service quality on purchasing decisions of Dbengkel cafe consumers. This research was conducted with a population of all Dbengkel cafe consumers selected using the Accidental Sampling technique by distributing questionnaires to 80 respondents of Dbengkel Cafe Klakah Lumajang Regency consumers. The results showed that partially or simultaneously, the variables of word of mouth, market segmentation, and service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions at Dbengkel cafe Klakah. The implications of this research include the need to improve service quality and strengthen more effective marketing strategies to increase consumers loyalty and buying interest.

Keywords: *Word of Mouth, Market Segmentation, Service Quality, and Purchase Decision*

