

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Roti 88 di Kabupaten Lumajang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden konsumen Roti 88. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (untuk pengaruh secara parsial) dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil uji t menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Sementara itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 54% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya, yaitu 46%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, word of mouth, and service quality on purchasing decisions of Roti 88 products in Lumajang Regency. The approach used is quantitative, with data collection through questionnaires distributed to 60 respondents of Roti 88 consumers. The collected data were then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software version 21. Hypothesis testing was carried out using the t-test (for partial influence) and the coefficient of determination (R^2) test. The results of the t-test indicate that brand image and service quality have a significant effect on purchasing decisions, while word of mouth does not have a significant effect. Meanwhile, the results of the coefficient of determination (R^2) test indicate that 54% of the variation in purchasing decisions can be explained by the three variables, while the remaining 46% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: *Brand Image, Word of Mouth, Service Quality and Purchasing Decisions*

