

ABSTRAK

Andini / 1900861201189 / Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di RK Gallery Danau Sipin Jambi / Pembimbing 1 Hj. Susilawati, S.E., M.Si. / Pembimbing 2 Pupu Sopini, S.E., M.M.

Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielakkan lagi di era persaingan bisnis yang *hypercompetition*. Era ini diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat persaingan di dunia baik bisnis lokal maupun global.

Produk fashion yang saat ini beredar di Jambi dan tidak asing di telinga konsumen adalah produk fashion RK Gallery. RK Gallery menjual berbagai jenis pakaian, hijab, sepatu, hingga ke kosmetik yang telah memiliki brand image atau citra merek dikalangan anak muda jaman sekarang. Dengan informasi yang telah penulis dapatkan dilapangan, bahwa usaha RK Gallery dalam meningkatkan usahanya untuk menarik minat konsumen telah dilakukan. Tetapi jika dilihat dari data penjualan produk RK Gallery mengalami perubahan tiap tahunnya.

Metode penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Data penelitian diperoleh dari responden melalui kuesioner dengan jumlah responden 97 konsumen. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 25.0*.

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kemudian nilai Adjusted R Square sebesar 0,618 atau 61,8%. Hal ini berarti variabel independent (*word of mouth*) mempengaruhi variabel dependent (keputusan pembelian) sebesar 61,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini yakni *word of mouth* di RK Gallery Danau Sipin Jambi termasuk kategori sangat tinggi, kemudian keputusan pembelian di RK Gallery Danau Sipin Jambi termasuk kategori sangat tinggi. Kemudian mampu mempengaruhi keputusan pembelian di RK Gallery Danau Sipin Jambi.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Andini / 1900861201189 / The Influence of Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at RK Gallery Danau Sipin Jambi / Advisor 1st Hj. Susilawati, S.E., M.Si. / Advisor 2nd Pupu Sopini, S.E., M.M.

Market and consumer-oriented thinking is an inevitable need in the era of hypercompetition. This era is also believed to be an era of uncertainty accompanied by the emergence of an uncertain growth phase. One of the causes is the high level of competition in the world, both local and global businesses.

Fashion products that are currently circulating in Jambi and are familiar to consumers are RK Gallery fashion products. RK Gallery sells various types of clothing, hijabs, shoes, to cosmetics that already have a brand image or brand image among today's young people. With the information that the author has obtained in the field, RK Gallery's efforts to increase its efforts to attract consumer interest have been carried out. However, when viewed from the sales data, RK Gallery products change every year.

This research method is descriptive quantitative using simple regression analysis. Research data were obtained from respondents through questionnaires with a total of 97 consumer respondents. Statistical analysis was carried out using the SPSS 25.0 program.

The results obtained showed that the significance value of 0.000 was less than 0.05. Then the Adjusted R Square value is 0.618 or 61.8%. This means that the independent variable (word of mouth) affects the dependent variable (purchase decision) by 61.8% and the rest is influenced by other variables not included in the study.

The conclusion of this study is that word of mouth at RK Gallery Danau Sipin Jambi is included in the very high category, then the purchase decision at RK Gallery Danau Sipin Jambi is included in the very high category. Then it is able to influence the purchase decision at RK Gallery Danau Sipin Jambi.

Keywords : Word of Mouth, Purchase Decision.