

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan jumlah pendapatan pada Rumah Makan Asep Stroberi Cicalengkai pada bulan juli 2016 - juni 2017. Penurunan pendapatan dikarenakan adanya penurunan jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Asep Stroberi Cicalengkai. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Asep Stroberi Cicalengkai.

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif dan Verifikatif. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan wawancara. Responden dalam penelitian berjumlah 100 orang responden yang melakukan Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Asep Stroberi Cicalengkai. Rancangan pengujian menggunakan analisis path, korelasi pearson, koefisien determinasi, pengujian hipotesis uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini dari perhitungan analisis korelasi perason sebesar 0,839 yang menunjukkan bahwa korelasi antara *Word Of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian berada dalam tingkat hubungan yang cukup kuat, koefisien determinasi dan total pengaruh menggunakan path analisis sebesar 70,4% artinya word of mouth dan Harga memiliki kontribusi sebesar 70,4% terhadap Keputusan Pembelian, sisanya yaitu sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil analisis pengujian hipotesis mendapatkan pengaruh positif antara *Word Of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Harga, Keputusan Pembelian

The Word Of Mouth and Price on the Purchase decision on Restaurant Asep Strawberry Cicalengkai

Gilang Muhammad Anzar Fauzi

Pembimbing:

Mutia Tri Satya, S.Sos., MSi

ABSTRACT

This study is based on the decrease of the amount of income at restaurant asep strawberries Cicalengkai in jully 2016-june2017. Decrease in income due to decrease the number of consumers who make purchases at asep strawnerries Cicalengkai Restaurant. This study aims to examine how influence Word Of Mouth and price to purchase decision at restaurant of asep strawberry Cicalengkai.

Research using method of descriptive and verifikatif. The population used 3465 is obtained from the average visitor in one year. Data collected by questionnaire and interview technque. Respondents in the study amounted to 100 respondents who make purchasing decisions at asep strawberries Cicalengkai. Rncangan testing using analysis path, pearson correlation, coefficient of determination, testing of T test hypothesis and F test.

The result of this study from the calculation of correlation pearson of 0.839 which shows that the correlation between Word Of Mouth and price to purvhase decision is in ti due to a strong relationship, the coefficient of determination and total influence using the path analysis of 70,4% means Word Of Mouth and price has a contribution of 70,4% to the purchasw decision, the rest is 29,6% influence by other variables that are not examined. The analysis result of hypothesis testing get a positive influence between Word Of Mouth and price to purchase decision.

Keywords: Word Of Mouth, Price, Purchase decision