

INTISARI

Purchase decision merupakan tahapan dimana konsumen benar-benar membeli produk yang telah dipilih. Keputusan pembelian merupakan tahap keempat dari proses pembelian, sehingga untuk sampai pada tahap tersebut konsumen harus melalui tiga proses sebelumnya. *Purchase decision* dapat dipengaruhi oleh komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* baik yang positif maupun negatif yang terjadi setiap saat. Konsumen mendengar kabar negatif tentang suatu merek, terutama dari orang yang dia percayai, dapat mempengaruhi citra suatu merek yang ada dalam benaknya. Demikian pula kabar positif tentang suatu merek dapat mempengaruhi *purchase decision* yang telah terbentuk sebelumnya dalam benak konsumen. Selain *word of mouth*, *purchase decision* juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik, maka konsumen akan semakin yakin untuk membeli dan menggunakan suatu produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *word of mouth* dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision* produk sabun pencuci piring merek Sunlight di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 115 responden. Data yang terkumpul diolah menggunakan *SPSS 15.0 for Windows* dan diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* dan kualitas produk terhadap *purchase decision* pada produk sabun pencuci piring merek Sunlight di Surabaya.

Kata kunci: *purchase decision*, *word of mouth*, kualitas produk, regresi linier berganda

ABSTRACT

Purchase decision is a step in which consumers actually buy products that have been selected. Purchasing decision is the fourth stage of the purchasing process, so as to arrive at that point the consumer must go through three previous processes. Purchase decision can be influenced by the communication by word of mouth or word of mouth both positive and negative that happens all the time. Consumers hear negative news about a brand, especially from people who he believes, can affect a brand's image had in mind. Similarly, the positive news about a brand can influence the purchase decision that has been previously formed in the minds konsumen. Selain word of mouth, purchase decision was also influenced by the quality of the product. With good quality products, then consumers will be more convinced to buy and use a product.

This study aimed to test whether word of mouth and product quality significantly influence the purchase decision of products Sunlight brand dishwashing soap in Surabaya. This study uses a quantitative approach using multiple linear regression method. This study used a sample of 115 respondents. The data collected was processed using SPSS 15.0 for Windows and obtained results that indicate that a significant difference between word of mouth and quality products to the purchase decision on the product Sunlight brand dishwashing soap in Surabaya.

Keywords: purchase decision, word of mouth, product quality, multiple linear regression