

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH *WORD OF MOUTH* PADA KONSUMEN MIE GACOAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

HILFI AULIA

141190207

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

pipingaulia13@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel moderasi pada konsumen Mie Gacoan di daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada 275 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Squ are (PLS) dengan Software SmartPLS 3.0 dengan loading factor > 0.7 dan AVE > 0,5, composite reliability dan cronbach's alpha 0,7 dan semua sesuai memenuhi kriteria. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, (4) *word of mouth* memoderasi secara positif (menguatkan) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (5) *word of mouth* memoderasi secara positif (menguatkan) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian (6) *word of mouth* tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk; harga; kualitas pelayanan; keputusan pembelian; *word of mouth*