

## ABSTRAK

**Fikri Azshois Ramadhan (1178020083). Pengaruh Harga dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie (Studi pada Konsumen Luwak White Koffie di Kota Bekasi).**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif dengan Teknik pengembalian sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *Accidental sampling* yaitu 100 orang konsumen luwak white koffie di kota Bekasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan kuesioner *online* kepada konsumen luwak white koffie. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), regresi linear berganda dan pengukuran koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana Nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,141 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana Nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $6,716 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Harga dan *Word of mouth* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana Nilai f hitung lebih besar dari f tabel ( $73,316 > 3,09$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan besaran pengaruh 60,2% dan sisanya 39,8% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: Harga, *Word of mouth*, Keputusan pembelian