

## ABSTRAK

### **Haura Frisya Hidayat (1199240076) : “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mie Gacoan Cabang Buah Batu Kota Bandung.”**

Bisnis kuliner saat ini memiliki persaingan ketat dilihat banyaknya para pelaku usaha mulai menuangkan inovasi dan variasi terhadap produk kuliner yang ditawarkan. Dengan demikian, para pelaku usaha khususnya di bidang kuliner perlu memperhatikan baik dari segi citra merek, desain produk dan *word of mouth* agar terciptanya suatu pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Tujuan daripada penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie gacoan, kemudian untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie gacoan, lalu untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie gacoan serta untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie gacoan Cabang Buah Batu Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling dan purposive sampling*, penentuan sampel menggunakan teori Roscoe dengan hasil 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* dengan media Google Form. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif Statistik, Uji Instrumen Data, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, serta Uji Koefisien Determinasi diolah menggunakan program software SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Citra Merek, Desain Produk, dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hubungan yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang tinggi.

**Kata Kunci: Citra Merek, Desain Produk, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

***Haura Frisya Hidayat (1199240076): "The Influence of Brand Image, Product Design and Word of Mouth on Purchasing Decisions on Consumers of Gacoan Noodles, Buah Batu Branch, Bandung City."***

*The culinary business currently has tough competition, judging by the many business actors starting to innovate and vary the culinary products on offer. That way, entrepreneurs especially in the culinary field need to pay attention both in terms of brand image, product design and word of mouth in order to create a purchasing decision made by consumers.*

*The aims of this study are: to determine the effect of brand image on purchasing decisions for gacoan noodle consumers, then to determine the effect of product design on purchasing decisions for gacoan noodle consumers, then to determine the effect of word of mouth on purchasing decisions for gacoan noodle consumers and to determine the influence of brand image, product design and word of mouth simultaneously influence purchasing decisions on consumers of gacoan noodles, Buah Batu Branch, Bandung City.*

*The research method used is descriptive and verification with a quantitative approach. Sampling using non-probability sampling and purposive sampling techniques, the determination of the sample using Roscoe's theory with the results of 100 respondents. Data collection techniques through distributing online questionnaires with Google Form media. Data analysis techniques used Descriptive Statistical Analysis, Data Instrument Tests, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Tests, and Coefficient of Determination Tests which were processed using the SPSS version 26 software program.*

*Based on the partial results of the research, it shows that (1) Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) Product Design has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) Word of Mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions. While simultaneously showing that Brand Image, Product Design, and Word of Mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions. The relationship in this study has a high level of relationship.*

***Keywords: Brand Image, Product Design, Word of Mouth, Purchase Decision***