

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan *word of mouth* dikaitkan dengan proses keputusan pembelian pada *Cafe Roti Gempol* dan *Kopi Anjis*. *Cafe Roti Gempol* dan *Kopi Anjis* menggunakan *word of mouth* sebagai media promosi. *Word of mouth* merupakan salah satu bagian dari manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian pada *Cafe Roti Gempol* dan *Kopi Anjis*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang didapatkan melalui kuesioner dan menggunakan responden sebanyak 100 orang. Kemudian data yang didapat diolah dengan metode regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi menunjukkan R^2 sebesar 0,703 artinya *word of mouth* mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 70,3% dan sisanya sebanyak 29,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam uji T diketahui *word of mouth* mempengaruhi proses keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,323 > 1,660$).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan *word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. *Word of mouth* mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 70,3%.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Proses Keputusan Pembelian