

## ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu destinasi wisata kuliner favorit di Indonesia. Perkembangan kuliner di kota Bandung tidak lepas dari peran anak muda yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan makanan dan minuman yang unik dan berkualitas. Untuk itu menjaga kualitas produk sangatlah penting karena dapat mempengaruhi terjadinya komunikasi *word of mouth* yang akan mempengaruhi minat beli seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap minat beli di Chicken Dey.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif dan kausal. Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden diambil sebanyak 100 responden yang mengetahui Chicken Dey. Kemudian untuk teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 22.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas produk dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli di Chicken Dey dan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan koefisien determinasi kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh sebesar 68,5% terhadap minat beli dan sisanya 31,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Minat Beli, Chicken Dey.