

## ABSTRAK

Era globalisasi yang terjadi saat ini telah membuat persaingan ketat yang di berbagai sektor industri tidak dapat dihindari lagi. Semakin ketatnya persaingan menyebabkan para pembuat keputusan dihadapkan pada berbagai pilihan produk. Pemasar berlomba-lomba memasarkan produk melalui iklan di media cetak, media elektronik hingga media sosial yang tentunya memerlukan biaya cukup besar. Akan tetapi ditengah banyaknya pilihan media beriklan tidak membuat pemasaran *word of mouth* (WOM) diabaikan. Alih-alih diabaikan, *word of mouth* tetap dianggap sebagai pemasaran yang paling efektif dan masih digunakan sampai saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *talk*, *recommendation* dan *motivation* serta keseluruhan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada PT Santosa Kurnia Jaya Textile.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* untuk populasi yang telah diketahui jumlahnya. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 282 pelanggan PT Santosa Kurnia Jaya Textile yang pernah melakukan pembelian. Metode estimasi yang digunakan adalah *structural equation model* dengan bantuan *software* AMOS 22.

Berdasarkan analisis deskriptif, secara keseluruhan *word of mouth* masuk kedalam kategori baik yakni sebesar 84,4%. Persentase sub variabel WOM terbesar adalah *motivation* dengan perolehan nilai 86,3% sementara yang terkecil adalah sub variabel *talk* sebesar 83,2%. Berdasarkan uji hipotesis *recommendation*, *motivation* dan keseluruhan WOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi pengaruh yang diberikan *talk* hanya berpengaruh positif namun tidak signifikan.

*Word of mouth* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaiknya PT Santosa Kurnia Jaya tetap menjaga aktivitas *word of mouth* agar selalu mengarah pada hal-hal positif karena apabila dikelola dengan baik akan menjadikan alat promosi efektif.

Kata kunci: Keputusan pembelian, Rekomendasi, *Word of mouth*.