

ABSTRAK

Dian Saputri NIM; 1950210225, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Judul: Pengaruh *Word of Mouth*, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak *Word of Mouth*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Depot Tirta Barokah Langgenharjo Juwana Pati. Melihat persaingan ketat di industri depot air minum isi ulang, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang disebar kepada 100 pelanggan melalui teknik *Probability Sampling*, *Simple Random Sampling*.

Penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki dampak *Word of Mouth*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Depot Tirta Barokah Langgenharjo Juwana Pati, menghadapi persaingan sengit di industri depot air minum isi ulang. Penelitian lapangan menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang disebar kepada 100 pelanggan melalui teknik *Probability Sampling*, yaitu *Simple Random Sampling*.

Hasil analisis data, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa *Word of Mouth* (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, variabel Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Depot Tirta Barokah.

Proses analisis melibatkan regresi berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F, yang semuanya mendukung temuan tersebut. Variabel Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, *Word of Mouth*, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Depot Tirta Barokah Desa Langgenharjo.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.