

ABSTRAK

Maghfiroh, Lailatul.2023. Pengaruh Word Of Mouth dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Cafe Ayam Geppak Besuk). Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I) Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd., Pembimbing (II) Deddy Junaedi , M.AB.

Kata Kunci: *Word Of Mouth, Fasilitas, Keputusan Pembelian*

Berkembang pesatnya bisnis *food and beverage* saat ini salah satunya yaitu usaha Cafe sudah yang banyak ditemui diberbagai daerah, menyadari adanya akan hal ini, menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian. Salah satunya dengan cara promosi dan menyediakan fasilitas yang lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *word of mouth* dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Ayam Geppak Besuk.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Ayam Geppak Besuk yang tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis berupa uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Variabel *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian konsumen Cafe Ayam Geppak Besuk. (2) Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian konsumen Cafe Ayam Geppak Besuk. (3) Variabel *Word Of Mouth* dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Cafe Ayam Geppak Besuk.