

ABSTRAK

Dapoer Ndeso salah satu kafe dan resto yang mengembangkan produknya melalui *Word of mouth communication*. Dapoer Ndeso juga menjual produknya yang relative terjangkau bila dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya yang ada di jalan Setiabudi Bandung yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. penelitian dimaksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh *Word of mouth communication* dan Harga dalam menentukan Keputusan Pembelian Dapoer Ndeso Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Sampel sebanyak 150 konsumen diperoleh dengan menggunakan metode iterasi. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Analisis Regresi Berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistic.

Variabel *Word of mouth communication* dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dapoer Ndeso Bandung. Pengaruh variabel *word of mouth communication* dan harga terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen cukup kuat yang disebabkan oleh variabel lain di luar variabel tersebut dikaatakan sangat kuat.

Membuka cabang, penambahan menu, dan penambahan lokasi parkir yang nyaman dapat menarik minat konsumen dalam menentukan Keputusan Pembelian. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan melihat variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Variabel place dan citra merek bisa digunakan untuk meneliti lebih lanjut dari Keputusan Pembelian untuk membeli kembali di Dapoer Ndeso Bandung.

Kata kunci : *Word of mouth communication*, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Dapoer Ndeso one of the cafes and restaurants which develops products through word of mouth communication. Dapoer Ndeso also sells its products are relatively affordable when compared with its competitors in the Setiabudi Bandung affecting Pembelian. penelitian Decision meant to know how big the influence of Word of mouth communication and Price in determining the Purchase Decision Dapoer Ndeso Bandung.

The method used is descriptive method verification. A sample of 150 consumers was obtained by using the method of iteration. Meanwhile, data collection is done by interviews, questionnaires, and direct observation to obtain primary data. Multiple Regression Analysis digunakan in this study to analyze the data statistically.

Variable Word of mouth communication and prices have a significant impact on Consumer Purchasing Decisions in Dapoer Ndeso Bandung. The influence of word of mouth communication variables and prices on Consumer Purchase Decision variables are strong enough that caused by other variables outside the variable dikaatakan very strong.

Opening a branch, the addition of the menu, and the addition of a convenient parking location can attract consumers in determining the purchase decision. Further research can be done by looking at other variables that affect the purchase decision. Variables place and brand image can be used to further examine the buying decision to buy back in Dapoer Ndeso Bandung

Key Word : Word Of Mouth Communication, price, Consumer Decision Making