

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian *rubber* pada PT. Sekar Wangi Group Sidoarjo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diambil dari customer yang membeli *rubber*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *rubber*, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,024 > 1,299$ ) dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,1\%$  maka H1 diterima. Persepsi harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *rubber*, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6,052 > 1,299$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,1\%$  maka H2 diterima. *Word of mouth communication* (WOM) (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *rubber*, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  hasil ( $2,904 > 1,299$ ) dengan signifikansi sebesar  $0,006 < 0,1\%$  maka H3 diterima.

**Keywords :** Kualitas Produk, Persepsi Harga , *Word of Mouth Communication* (WOM), Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price perception and word of mouth (WOM) on rubber purchasing decisions at PT. Sekar Wangi Group Sidoarjo.

The type of research used is quantitative research. This study uses primary data and secondary data. The sample in this study were 50 respondents who were taken from customers who bought rubber. The sampling technique uses Probability Sampling. Methods of data collection with a questionnaire. Data analysis using Multiple Linear Regression Analysis.

The results showed that product quality (X1) had a significant influence on rubber purchasing decisions, which was indicated by the tcount greater than ttable ( $3.024 > 1.299$ ) with a significance of 0,000.

$<0.1S$  then H1 is accepted. Price perception (X2) has a significant influence on rubber purchasing decisions, which is indicated by the value of tcount greater than ttable ( $6.052 > 1.299$ ) with a significance value of  $0.000 < 0.1S$ , so H2 is accepted. Word of mouth communication (WOM) (X3) has a significant influence on the purchasing decision of rubber, which is indicated by the t-value greater than t-table ( $2.904 > 1.299$ ) with a significance of 0.006

$<0.1S$  then H3 is accepted.

**Keywords: Product Quality, Price Perception, Word of Mouth Communication (WOM), Purchase Decision**