

ABSTRACT

This study aimed to describe and analyze the influence of brand image, word of mouth and brand awareness on purchasing decisions at a company. This study used a questionnaire for collecting data on consumer product Mustika Ratu of 100 respondents sampling technique with method non probability sampling with kind of insidental sampling. Method of data analysis is used multiple linear regression using SPSS 16.

The results of this study indicate that the variable brand image significantly influence purchasing decisions. Word of mouth significantly influence purchasing decisions. And brand awareness has positive effect but not significant on purchasing decisions. While brand image and brand awareness significantly influence word of mouth.

Key words : *Brand Image, Word Of Mouth, Brand Awareness, Purchase Decision*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *brand image*, *word of mouth* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian di sebuah perusahaan. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengambilan data pada konsumen produk Mustika Ratu sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *insidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *brand awareness* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *brand image* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*.

Kata kunci : *brand image*, *word of mouth*, *brand awareness* dan keputusan pembelian