

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh *World of Mouth* dan reputasi perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen Dealer “Super Honda” Kota Brebes Populasi yang digunakan adalah adalah para konsumen yang membeli dengan cara kredit di dealer “Super Honda” Kota Brebes dari bulan Januari 2014 – April 2015 sejumlah 3.523 orang, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* terbukti mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian, memberikan pengertian bahwa semakin tinggi konsumen menyebarkan opininya mengenai kebaikan suatu produk, yaitu dengan frekuensi komunikasi, kesenangan menceritakan pengalaman dan meyakinkan orang lain untuk melakukan pembelian, maka tentu akan mempengaruhi meningkatnya keputusan pembelian konsumen. Reputasi perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, memberikan pengertian bahwa semakin positif reputasi perusahaan di mata konsumen terhadap produk yang dijual, maka tentu akan mempengaruhi meningkatnya keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *World of Mouth* , reputasi perusahaan dan keputusan pembelian