

## ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang dapat membantu perusahaan dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap jasa LBPP LIA adalah keputusan pembelian. Apabila harapan konsumen tercapai pada saat pembelian, bukan tidak mungkin konsumen akan merasa puas dan selanjutnya akan tetap loyal terhadap produk tersebut. *Word of Mouth* adalah dampak pemberian informasi dari konsumen kepada orang lain mengenai suatu produk atau jasa. Efektivitas iklan adalah kondisi sejauh mana efek pesan iklan yang disampaikan oleh perusahaan dapat menarik perhatian dan minat konsumen. Reputasi perusahaan merupakan penilaian dari pegawai, pelanggan, pemasok, distributor, pesaing dan publik. Kepercayaan adalah sejauh mana konsumen percaya dan yakin dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian adalah tahap pemilihan yang dilakukan konsumen dalam pengambilan keputusan menggunakan suatu produk atau jasa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis data primer. Data dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner kepada pesertadidik di LBPP LIA Tembalang. Analisis data dilakukan kepada 100 responden dengan menggunakan program SPSS 22. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji statistik F dan uji Statistik t..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan keputusan pembelian, *word of mouth*, efektifitas iklan, reputasi perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial *word of mouth*, efektifitas iklan, reputasi perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial keputusan pembelian, *word of mouth* dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

***Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen, Word Of Mouth, Efektifitas Iklan, Reputasi Perusahaan, dan Kepercayaan.***

## ABSTRACT

One factor that could help the company in maintaining customer satisfaction with services LBPP LIA is purchasing decisions. If the expectations of consumers is reached at the time of purchase, the consumer is not likely to be satisfied and will remain loyal to the product. Word of Mouth is the impact of the provision of consumer information to others about a product or service. Advertising effectiveness is the extent to which conditions the effects of advertising messages delivered by the company to attract the attention and interest of consumers. The company's reputation is an assessment of employees, customers, suppliers, distributors, competitors and the public. Trust is the extent to which consumer trust and confidence in using a product or service. A purchase decision is made consumer selection stage in the decision to use a product or service.

This research uses descriptive method with the type of primary data. The data were obtained from questionnaires to students in LBPP LIA Tembalang. Data analysis was carried out to 100 respondents using SPSS 22. Test the quality of the data using validity and reliability test, classic assumption test using normality test, multicollinearity, and heteroscedasticity test, hypothesis testing using multiple linear regression analysis, the coefficient of determination, statistical test F and test Statitik t.

The results of this study showed that simultaneous purchase decision, word of mouth, advertising effectiveness, the company's reputation and the confidence effect on customer satisfaction. Partially word of mouth, advertising effectiveness, corporate reputation and trust influence on purchase decisions. Partially purchase decision, word of mouth and trust influence on customer satisfaction.

**Keywords: Purchase Decision, Customer Satisfaction, Word Of Mouth, Ad Effectiveness, Corporate Reputation, and Trust.**