

ABSTRAK

Nama : Nazifa Hafiza
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Merek Head & Shoulders Oleh Masyarakat Di Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen

Penelitian ini memiliki tujuan untuk meninjau dampak dari komunikasi mulut ke mulut, mutu produk, serta kegiatan promosi penjualan terhadap keputusan membeli sampo merek Head & Shoulders oleh masyarakat di wilayah Jeumpa, Kabupaten Bireuen. Pendekatan penelitian memanfaatkan analisis regresi linier berganda, termasuk pengujian hipotesis memakai perangkat lunak SPSS. Teknik pemilihan responden memakai metode kemudahan akses (*convenience sampling*), dengan jumlah partisipan sebanyak 100 orang yang telah membeli sampo Head & Shoulders setidaknya satu hingga dua kali. Jenis informasi yang dipakai berupa data kuantitatif, yakni informasi berbentuk angka yang mengukur satu atau lebih variabel pada populasi atau sampel yang diteliti, baik melalui nilai numerik maupun perhitungan statistik. Sumber informasi yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari partisipan atau lokasi studi. Temuan menunjukkan bahwa komunikasi mulut ke mulut secara terpisah memiliki pengaruh positif atau signifikan pada keputusan membeli, mutu produk secara terpisah juga memberikan dampak positif atau signifikan pada keputusan membeli, sedangkan promosi penjualan secara terpisah tidak memberikan pengaruh atau tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sampo bermerek Head & Shoulders, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Nazifa Hafiza
Study Program : Management
Title : *The Influence Of Word Of Mouth, Product Quality And Sales Promotion On Purchasing Decisions For Head & Shoulders Brand Shampoo Products By The Community In Jeumpa District, Bireuen Regency.*

This study aims to examine the influence of word-of-mouth communication, product quality, and sales promotion on purchasing decisions for Head & Shoulders shampoo among residents in Jeumpa District, Bireuen Regency. The research approach employs multiple linear regression analysis, along with hypothesis testing using SPSS software. The sampling technique used is convenience sampling, with 100 participants who have purchased Head & Shoulders shampoo at least once or twice. The type of data collected is quantitative, consisting of numerical information used to measure one or more variables within the target population or sample, both in numerical values and statistical calculations. The data source is primary data obtained directly from respondents or the research location. The results indicate that word-of-mouth communication individually has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality also individually exerts a positive and significant influence on purchasing decisions, while sales promotion on its own does not have a significant impact on the decision to buy Head & Shoulders shampoo. The remaining variation is explained by other factors.

Keywords: *Word Of Mouth, Product Quality, Sales Promotion, Purchasing Decision*