

**PENGARUH KEUNIKAN PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Rumah Makan Mie Endes Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:
Ajeng Dwi Setiawati

Dosen Pembimbing:
Indra Kurniawan, S.sos.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunikan produk, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian secara parsial pada konsumen Mie Endes Jombang. Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel yaitu konsumen Mie Endes Jombang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu, *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan sumber data primer (angket) dan sekunder (media cetak).

Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan regresi linear berganda, sedangkan uji instrumennya yaitu, uji validitas, uji reliabilitas. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji t atau uji parsial.

Hasil uji yang didapat yaitu, variabel keunikan produk, kualitas layanan, dan *word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji asumsi yang didapat yaitu data berdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam regresi, dan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Kesimpulan yang diperoleh yaitu, keunikan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keunikan produk, kualitas layanan, *word of mouth*, dan keputusan pembelian