

ABSTRAK

Judul Penelitian: **Pengaruh *Direct Marketing*, *Word of Mouth* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Raos Kopi Tulungagung.**

Dosen Pembimbing : Dr.Drs. Ec Eko Widodo M.M
: Ustadus Sholihin, SE., M.M
Nama Mahasiswa : Candra Aldika Baidlowi
NPM : 20.13021.0310

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan di Raos Kopi Tulungagung yang bertujuan untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai apakah terdapat pengaruh *direct marketing*, *word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian di Raos Kopi Tulungagung. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *incidental sampling* dengan populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Raos Kopi Tulungagung yang tidak diketahui dan sampel sebanyak 384 responden didapatkan dengan menggunakan rumus *Lemeshow* yang syarat penggunaanya mengaplikasikan populasi tidak diketahui atau tidak terhitung. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R² yang diolah menggunakan program SPSS versi 25. Hasil kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial *direct marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. *Word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Harga secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian diperoleh uji t dengan hasil signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. *Direct marketing*, *word of mouth* dan harga secara simpultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji F sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci: *Direct Marketing*, *Word of Mouth*, Harga, Keputusan Pembelian