

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi online dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD. Bintang Sembilan secara parsial atau simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari konsumen UD. Bintang Sembilan. Populasi penelitian ini adalah konsumen UD. Bintang Sembilan dengan menggunakan teknik non probability sampling yaitu *Insidental Sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan).

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial promosi online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan untuk *word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kedua variabel yaitu promosi online dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi Online, Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian.

Abstract

purpose of this study was to determine the effect of online promotion and word of mouth on purchasing decisions at UD. Bintang Sembilan. The Nine Star partially or simultaneously. This study uses primary data, namely data obtained directly from consumers of UD. Bintang Sembilan Nine Star. The population of this research is consumers of UD. Bintang Sembilan using a non-probability sampling technique, namely incidental sampling, with a sample size of 100 respondents. The research instrument used a questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis with t test (partial) and f test (simultaneous).

The results of this study indicate partially online promotion has a significant effect on purchasing decisions and for word of mouth partially has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the two variables, namely online promotion and word of mouth, have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Online Promotion, Word Of Mouth and Purchasing Decisions.