

Hadian Argha Kustama, 09.311.032, “**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian**”, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2015.

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jasa lapangan futsal Hidayat Futsal Square (HFS). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* metode yang digunakan yaitu *sampling incidental* dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 130 responden. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS/Windows. V.15. pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F, dengan taraf signifikan 5%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ketiga variabel yang masuk dalam analisis secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Lapangan Futsal Hidayat Futsal Square (HFS). Kesimpulan ini didasarkan pada hasil perhitungan yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 6,371 lebih dari F tabel 2,677 dari ketiga variabel tersebut, ternyata Persepsi harga memiliki pengaruh yang lebih besar dengan nilai t hitung sebesar 2,368 dengan taraf signifikansi 2,5%.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian.