

Hadi Sugito, **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar Primagama Gkb Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, November, 2018.

### ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar Primagama Gkb Gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Orang Tua dari siswa bimbingan Belajar Primagama tahun 2018 yakni 30 responden dengan sampel Jenuh, Jenis data yang digunakan adalah data primer, Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,379 > 2,048$ ). Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar dengan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0,911 < 2,048$ ). *Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar dengan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0,656 < 2,048$ ) di Primagama Gkb Gresik.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Word Of Mouth, Keputusan Memilih Jasa Bimbingan Belajar.

*Hadi sugito, Influence of Brand Image, Price, and Word Of mouth on the Decision of Choosing Primagama Gkb Gresik Tutoring Services, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, November, 2018.*

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the Effect of Brand Image, Price and Word of Mouth on the Decision of Choosing Gresik Primagama Gkb Tutoring Services. The population in this study were all parents of Primagama's 2018 Learning Guidance students, namely 30 respondents with saturated samples. The type of data used was primary data. Tests were carried out using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that the brand image variable affects Decision to Choose Tutoring Services with  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $2,379 > 2,048$ ). Price does not affect the decision to choose Tutoring Services with  $t \text{ count} < t \text{ table}$  ( $0.911 < 2.048$ ). Word of Mouth has no effect on the decision to choose Tutoring Services with  $t \text{ count} < t \text{ table}$  ( $0.656 < 2.048$ ) in Primagama Gkb Gresik.*

*Keywords: Brand Image, Price, Word Of Mouth, Decision to Choose Tutoring Services*