

ABSTRAK

Choirina Fachrunnisa, NIM: 1520310118, Pengaruh Iklan dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX.

Penelitian ini adalah studi penelitian lapangan (*field research*), yang mencoba untuk mengetahui pandangan masyarakat di desa XXX terkait pengaruh iklan dan *word of mouth* baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian produk paket data Indosat Ooredoo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yakni sebuah pendekatan pengumpulan data yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang diterapkan. Subyek dalam penelitian ini adalah 99 konsumen paket data Indosat Ooredoo di desa XXX, 37 laki-laki dan 62 perempuan. Data-data tentang konsumen di desa XXX dikumpulkan dengan teknik kuesioner atau angket, observasi, dan dokumentasi.

Setelah data-data terkumpul dan dianalisis, maka diperoleh hasil penelitian yaitu: 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan terhadap keputusan pembelian produk paket data Indosat Ooredoo pada konsumen di desa XXX. 2) terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk paket data Indosat Ooredoo pada konsumen di desa XXX. 3) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel iklan dan *word of mouth* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk paket data Indosat Ooredoo pada konsumen di desa XXX.

Kata kunci: Iklan, Word of Mouth, dan Keputusan Pembelian.