

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) **WILLY (915160173)**
(B) **PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LA MADAME FLORIST**
(C) **xvi + 55 halaman, 29 tabel, 2 gambar, 4 lampiran**
(D) **PUBLIC RELATIONS**

Abstrak : Seiring perkembangan waktu, toko bunga semakin banyak yang dapat diakses offline maupun online. Toko Bunga La Madame Florist memanfaatkan word of mouth dalam menarik perhatian konsumen. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian bunga merek La Madame Florist dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Peneliti mengambil sampel pembeli La Madame Florist dengan menggunakan google form dengan total 100 responden yang di sebarkan melalui media sosial. Analisis data yang dilakukan peneliti menggunakan program statistical product and service solutions (SPSS) versi 15. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan telah dijelaskan oleh penulis mengenai *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di La Madame Florist. Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi pada tabel R Square sebesar 0.246 menunjukkan bahwa 24.6% keputusan pembelian dipengaruhi *word of mouth*. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi *Word Of Mouth* memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap Keputusan pembelian dan bersifat positif karena berada di antara interval 0,40 - 0,599. maka dari hasil yang didapat tersebut penulis dapat memberikan beberapa kesimpulan. Kesimpulannya adalah *Word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di La Madame Florist.

Kata kunci: *word of mouth*, keputusan pembelian, La Madame Florist

- (E) **DAFTAR PUSTAKA: 15 buku (2005-2017), 8 jurnal ilmiah, 3 website.**

- (F) **Dr.Riris Loisa, M.Si.**
(G) **SISCA AULIA S.I.Kom., M.Si.**