

ABSTRAK

Sabar Bahar 2024, pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth terhadap Keputusan pembelian konsumen furniture pada UD Mustika Meubel Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Moh Aris Pasigai dan Zalkha Soraya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian konsumen *Furniture* pada UD. Mustika Meubel Makassar. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* sebagai variabel independen sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini memakai data primer dimana pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan metode penentuan sampel yang digunakan yaitu rumus slovin sehingga diperoleh sampel dengan jumlah 86 responden. Hasil menunjukkan bahwa secara uji T (persial) pada variabel kualitas produk, persepsi harga, dan *word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. secara uji F (simultan) pada variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: kualitas produk, persepsi harga, *word of mouth*, Keputusan pembelian