

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas layanan dan *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian pada Bumdes Mini Market Trijaya Balung Lor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, dan uji R^2 . Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) untuk hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan untuk hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian pada Bumdes Mini Market Trijaya Balung Lor.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Layanan, *Word Of Mouth Communication* dan Keputusan Pembelian