ABSTRAK

Ada berbagai kegiatan yang dilakukan manusia saat ini diberbagai tempat. Kegiatan yang dilakukan biasanya bersifat pribadi, kelompok masyarakat, dan pemerintah. Kegiatan tersebut tidak jarang menghadirkan khalayak ramai. Mengadakan acara panggung, pesta pernikahan dan kegiatan keagamaan perlu persiapan sound system, tenda dan alat pesta. Dengan banyaknya pilihan layanan jasa yang tersedia diluar sana konsumen perlu melakukan pertimbangan dalam penggunaan jasa, biasanya didasari oleh beberapa faktor seperti pendapat dari orang lain, pelayanan, dan harga, hal ini juga digunakan oleh pelaku usaha untuk memperbanyak keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *WOM (Word Of Mouth)*, pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian layanan jasa rental *sound system*, tenda dan alat pesta (studi kasus pada *Arjuna Production*). Jenis penelitian ini kuantitatif, dengan populasi penelitian yaitu konsumen yang pernah bertransaksi atau menggunakan jasa *Arjuna Production*. Sampel yang digunakan sebanyak 75 responden. Dan menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *WOM (Word Of Mouth)*, pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan jasa rental *sound system*, tenda dan alat pesta (studi kasus pada *Arjuna Production*).

Kata kunci : *Word Of Mouth (WOM)*, Pelayanan, Harga dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

There are various activities carried out by humans today in various places. The activities carried out are usually private, community groups, and government. These activities often bring the public. Holding stage events, weddings and religious activities requires preparation of a sound system, tents and party equipment. With the many choices of services available out there, consumers need to consider the use of services, usually based on several factors such as opinions from other people, services, and prices, this is also used by business actors to increase purchasing decisions made by consumers. This study aims to examine and analyze the effect of WOM (Word Of Mouth), service, and price on purchasing decisions for sound system rental services, tents and party equipment (a case study on Arjuna Productions). This type of research is quantitative, with the research population being consumers who have transacted or used the services of Arjuna Production. The sample used was 75 respondents. And using multiple linear regression analysis. The results of this study prove that WOM (Word Of Mouth). service, has a significant effect on purchasing decisions, while price has no significant effect on purchasing decisions on sound system rental services, tents and party equipment (a case study on Arjuna Production).

Keywords: Word Of Mouth (WOM), Service, Price and Purchase Decision