

## ABSTRAK

Di Indonesia, terdapat industri-industri yang menjadi industri unggulan karena dapat memberikan kontribusi yang besar untuk perekonomian nasional. Dalam industri sektor makanan dan minuman ini banyak sekali macamnya salah satunya di kota Banyuwangi yang tepatnya di kecamatan Glenmore. Di Banyuwangi kecamatan Glenmore terkenal dengan makanan khas yaitu kue Pia, salah satu toko yang menjual jajanan khas Glenmore ini yaitu Pia Gandrung Glenmore yang sudah menjual kue pia sejak beberapa tahun lamanya, Pia Gandrung Glenmore beberapa bulan terakhir mengalami fluktuasi dalam jumlah penjualannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa bauran promosi dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pia Gandrung Glenmore Banyuwangi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Pia Gandrung Glenmore. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *puposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran promosi dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pia Gandrung Glenmore.

**Kata kunci:** Bauran Promosi, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*In Indonesia, there are industries that are leading industries because they can make a big contribution to the national economy. In the food and beverage sector, there are many kinds, one of which is in the city of Banyuwangi, precisely in the Glenmore sub-district. In Banyuwangi, Glenmore sub-district is famous for its special food, namely Pia cake, one of the shops that sells Glenmore's typical snacks is Pia Gandrung Glenmore which has been selling pia cakes for several years, Pia Gandrung Glenmore in recent months has experienced fluctuations in the number of sales. The purpose of this study was to determine and analyze the promotion mix and word of mouth had a significant effect on purchasing decisions at Pia Gandrung Glenmore Banyuwangi. This type of research is causality research. The population in this study is the consumer of Pia Gandrung Glenmore. The sample used was 60 respondents using a purposive sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that the promotion mix and word of mouth have a significant effect on consumer purchasing decisions at Pia Gandrung Glenmore.*

**Keywords :** *Promotional Mix, Word Of Mouth, Purchase Decision*

