

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian (survei yang dilakukan pada sepatu merek Converse mahasiswa Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta).Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memakai/pernah memakai sepatu merek Converse. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 150 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah dengan SEM menggunakan aplikasi Amos.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *Word Of Mouth*, Minat Beli, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Word Of Mouth on Buy Interest and its impact on Purchase Decision (survey conducted on the shoes of the Converse brand of Muhammadiyah University students of Yogyakarta). Subjects in this study were students who wear / have used Converse brand shoes. In this study the sample of 150 respondents selected using purposive sampling method using questionnaires. The analytical tool used is with SEM using the Amos application. Based on the analysis that has been done, the result that Word Of Mouth have positive and significant effect to the Buy Interest, Word Of Mouth has positive and not significant influence on Purchase Decision, and Purchase Interest have positive and significant influence to Purchase Decision,*

*Keywords: Word Of Mouth, Buy Interest, Purchase Decision*