

ABSTRAK

IMAM TAUFIK, NIM 3402200227. “Pengaruh *Public Relation* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Kasus Pada Konsumen Produk Mukena Shen Hijab Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S. Sos., M.M. (Pembimbing 1) Dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Public Relation* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Kasus Pada Konsumen Produk Mukena Shen Hijab Tasikmalaya. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana Pengaruh *Public Relation* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mukena Shen Hijab Tasikmalaya. Bagaimana Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mukena Shen Hijab Tasikmalaya, Bagaimana Pengaruh *Public Relation* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mukena Shen Hijab Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan pengujian hipotesis meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, uji signifikan (uji F), dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relation* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Public relation* dan *word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian mukena Shenn Hijab Tasikmalaya, sehingga hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. Maka ketika *public relation* dan *word of mouth* meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Shen Hijab Tasikmalaya. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan *public relation* dan *word of mouth* sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Public Relation*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian