

yang baik secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli percetakan grafis.

- 2) Dengan f hitung yang jauh melebihi f tabel dan t hitung yang melampaui t tabel, terbukti bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan word of mouth secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil uji statistik memperkuat temuan ini. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha yang lebih tinggi dari standar menunjukkan konsistensi hasil penelitian. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa ketiga faktor ini memengaruhi keputusan pembelian pelanggan secara bersamaan. Penelitian baru ini mendukung temuan ini. Secara keseluruhan, faktor kualitas layanan, word of mouth, dan harga berkontribusi sebesar 66,3% terhadap keputusan pembelian Percetakan Cipta Grafika, sementara faktor lain yang tidak diteliti berkontribusi sebesar 33,7%.

IMPLIKASI

- 1) Optimalisasi Harga, Cipta Grafika harus rutin meninjau dan menyesuaikan harga agar tetap kompetitif dengan pasar, serta mempertimbangkan diskon dan paket bundling untuk menarik lebih banyak pelanggan.
- 2) Peningkatan Pelayanan, Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, Cipta Grafika perlu terus memperbaiki kualitas pelayanan, terutama dalam aspek tangible, melalui pelatihan rutin bagi karyawan.
- 3) Pemanfaatan Word of Mouth, Cipta Grafika harus mendorong penyebaran word of mouth positif dengan mengembangkan program referral, insentif, dan membangun komunitas pelanggan yang loyal.
- 4) Monitoring dan Evaluasi, Mengingat bahwa 33,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, Cipta Grafika perlu terus memantau dan mengevaluasi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti inovasi produk dan tren pasar, untuk menjaga daya saing dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus UKM Bakpia Boomerang Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 168–173. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.677>
- Extevanus, L., & Sari, W. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Dimsum Kaki Lima di Bandar Lampung. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(1), 198–210. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i1.1439>
- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1)125–146. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Fauji, R., Faddila, S. P., Hs, J., Waluyo, R., Timur, T., Karawang, K., & Barat, J. (2019). *Futsal Karawang*. 35–56.
- Fauji, R., & Pramudita Faddila, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen Bisnis Kreatif*, 35– 56.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (8th Ed.). Universitas Diponegoro. In *Edisi 10* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Pratiwi, A. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan E- Commerce

