

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana inovasi produk, harga, dan *word of mouth* (wom) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* di Dorkas.originalreal. Penggunaan metode pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini akan menguji data kuesioner sebagai informasi dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis seperti uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan 15 estimated parameter (indikator) sehingga jumlah sampel yang digunakan sampel $14 \times 8 = 112$ responden. Temuan analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti inovasi produk (X1), harga (X2), dan *word of mouth* (X3) secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pakaian impor *second* di Dorkas.originalreal Surabaya.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Harga, dan *Word Of Mouth*, Keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how product innovation, price, and word of mouth (wom) have an influence on the purchase decision of imported second clothes at Dorkas.originalreal. The use of methods in this study is quantitative research methods and uses accidental sampling techniques. This study will test questionnaire data as information using Likert scale. This study uses analytical approaches such as instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testers. The sampling technique in this study uses 15 estimated parameters (indicators) so that the number of samples used is $14 \times 8 = 112$ respondents. The analysis findings show that factors such as product innovation (X1), price (X2), word of mouth (X3) significantly influence the purchase decision of imported second clothes at Dorkas.originalreal Surabaya.

Keywords : *Product innovation, price, word of mouth (WOM), purchasing decisions*