

ABSTRAK

Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga konsumen mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar. Pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian akan tetapi diikuti pula tahap perilaku purna beli. Dalam tahap ini konsumen merasa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Seorang konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) pengaruh sosial, personal, psikologi, dan budaya terhadap keputusan ; (2) pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan dan (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *word of mouth* pakaian di butik-butik bermerek di Surabaya.

Penelitian dilakukan menggunakan *purposive sampling* pada 50 responden pria dan 50 responden wanita. Untuk menjawab tujuan penelitian digunakan Persamaan Model Struktural (SEM) dengan bantuan program AMOS 16.0.

Hasil penelitian ini menyimpulkan (1) terdapat pengaruh sosial, personal, psikologi, dan budaya terhadap keputusan pembelian ; (2) terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan ; (3) terdapat pengaruh kepuasan terhadap *word of mouth*. Pemilik butik-butik bermerek dalam menjual pakaian beremerek hendaknya memperhatikan faktor personal untuk meningkatkan keputusan pembelian dari para konsumennya. Karena faktor ini yang memberikan kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian pakaian bermerek. Pengaruh kepuasan terhadap WOM tidak terlepas dari pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan. Oleh karena itu pemilik butik bermerek betul-betul memperhatikan proses keputusan pembelian konsumen mulai dari pencarian informasi sampai pada keputusan pembelian

Kata kunci : keputusan pembelian, kepuasan, *word of mouth*.