

PENGARUH KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI JASA SURYA MAXIMA PHOTOGRAPHY DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Roslina

ABSTRAK

Kehadiran studio *photo* dan *photographer* yang professional merupakan kebutuhan yang tak dapat diabaikan. Sekian banyak studio *photo* yang ada di Lampung, salah satunya adalah Surya Maxima Photography. Permasalahan saat ini persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi dari mulut ke mulut, kualitas pelayanan dan citra merek mempengaruhi minat beli pada jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Surya Maxima Photography di Bandar Lampung dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: komunikasi dari mulut ke mulut (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra merek (X3) berpengaruh positif secara signifikan dengan sumbangan sebesar 64,5% sedangkan sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian.

Kata kunci : Komunikasi dari mulut ke mulut, kualitas pelayanan, citra merek, minat beli.

*THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH COMMUNICATION, SERVICE  
QUALITY AND BRAND IMAGE OF BUYING INTEREST IN SERVICES SURYA  
MAXIMA PHOTOGRAPHY IN BANDAR LAMPUNG*

*By*

*Roslina*

*ABSTRACT*

*The presence of a photo studio and a professional photographer is the need that cannot be ignored. The many existing photo studio in Lampung, one of which is the Solar Maxima Photography. The current problems of the competition comes from a similar company makes the company increasingly required in order to move faster in terms of attracting consumers. This research aims to find out how Word of mouth communication, service quality and brand image influences the interest in Solar Maxima services buy Photography in Bandar Lampung. Sampling method in this study using the method of purposive sampling. The population in this research is the Solar Maxima consumer Photography in Bandar Lampung with total sample 100 respondents. Methods of statistical analysis used was multiple linear regression, simultaneous significant testing (test F), significant partial testing (t-test), and the analysis of the coefficient of determination (Adjusted R<sup>2</sup>). The results of this research show that: the communication by word of mouth (X 1), quality of service (X 2) and brand image (X 3) a positive effect significantly with donation of 64.5% whereas the rest of 35.5% are influenced by other factors variables not included in the study.*

*Keywords: Word of mouth communication, quality service, brand image, the interest to buy.*