

ABSTARK

Tempat kursus di Kota Bandung yang saat ini sedang di minati oleh orang-orang dan selalu menjadi tempat sarana belajar untuk Pasanggiri Mojang Jajaka Bandung dalam masa karantinanya adalah DJ Arie Broadcasting School yang berdiri pada tahun 2004. Salah satu yang membuka peluang DJ Arie Broadcasting School menurut hasil wawancara dengan anak murid DJ Arie Broadcasting School adalah yang paling banyak yaitu menggunakan *Word Of Mouth*. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di DJ Arie *Broadcasting School* Bandung

Jenis penelitian ini adalah *Kausalitas* dan *deskriptif*. Populasi penelitian diambil dari jumlah anak didik DJ Arie *Broadcasting School*, sampel yang diambil sebanyak 155 responden dengan menggunakan teknik *Non-probability sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini variabel *word of mouth* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 57,5% sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian