

ABSTRAK

Dalam persaingan industri saat ini, kemunculan penerbitan buku Islam terus meningkat. CV. Pustaka Ramadhan adalah salah satu penerbitan dan percetakan buku Islam di kota Bandung. Perusahaan memiliki data penjualan selama periode Desember 2013-Mei 2014 sebesar Rp 1.475.000.000. Dengan total biaya promosi sebesar Rp 189.258.800. Dapat terlihat bahwa perusahaan menggunakan 22% dari pendapatannya untuk biaya promosi perusahaan dan biaya cetak. Pelanggan yang datang merupakan pelanggan lama ataupun pelanggan berdasarkan rekomendasi pelanggan lama, hal ini diduga adanya faktor yang mempengaruhi seperti *word of mouth*.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui *word of mouth* yang terjadi pada pelanggan CV. Pustaka Ramadhan kota Bandung, (2) untuk mengetahui proses keputusan pembelian yang terjadi pada pelanggan CV. Pustaka Ramadhan kota Bandung, (3) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian pada pelanggan CV. Pustaka Ramadhan kota Bandung. Informasi dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Dan pengambilan sampel sebesar 100 orang dengan metode simple random sampling.

Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada garis kontinum maka *word of mouth* yang terjadi pada CV. Pustaka Ramadhan sebesar 85,868% dan proses keputusan pembelian pelanggan sebesar 88,6%. Sesuai rentang yang telah ditentukan maka hal tersebut dinilai sangat tinggi. Hasil analisis SPSS didapatkan pengaruh Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian sebesar 89,02% dan sub variabel yang paling berpengaruh adalah sub variabel Talker.

Kata kunci: *Word of mouth, talker, topic, tools, taking part, track* , proses keputusan pembelian.