

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia mengenal *BlackBerry* dari *word of mouth communication*. *WOM* terjadi ketika seseorang bercerita dengan temannya mengenai pengalamannya terhadap suatu barang & secara tidak langsung ia mempromosikan produk tersebut dan si penerima pesan tersebut bisa saja terpengaruh untuk membeli produk tersebut. Hal ini bergantung pada si pengirim pesan sejauh mana ia bisa mempengaruhi si penerima pesan. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEAHLIAN, KELAYAKAN DIPERCAYA, DAN KEPESONAAN SUMBER PESAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE BLACKBERRY* DI BANDUNG”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial maupun simultan bagaimana pengaruh keahlian, kelayakan dipercaya, kepesonaan sumber pesan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone BlackBerry* di Bandung.

Penelitian yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan *survey* melalui kuesioner dan pengolahan data menggunakan analisis jalur.

Berdasarkan perhitungan SPSS 17.0 *for Windows* diperoleh hasil $R^2 = 0,609$ hal ini berarti 60,9% respon konsumen di kota Bandung dipengaruhi oleh keahlian (X_1), kelayakan dipercaya (X_2), dan kepesonaan (X_3). Sedangkan 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan perhitungan SPSS 17.0 *for Windows* diperoleh nilai F sebesar 206.282 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000 maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa keahlian, kelayakan dipercaya, dan kepesonaan sumber pesan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapat kesimpulan bahwa X_1, X_2, X_3 yang secara simultan adalah mempengaruhi Y sebesar 60,9% dan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Keyword : Keahlian, Kelayakan Dipercaya, dan Kepesonaan Sumber Pesan *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian