

## ABSTRAK

*Word of mouth* adalah salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh pelaku usaha, khususnya industri UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli salah satu UMKM di Yogyakarta yaitu Chockles Es Coklat dikalangan mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian ini sejumlah 404 responden yang diambil menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner yang diisi sendiri oleh responden serta studi literatur dari berbagai sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sebesar 64.9% dan sisanya yaitu 35.1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Kata kunci : pengaruh, UMKM, *word of mouth*, minat beli.

## **ABSTRACT**

*Word of mouth is one marketing strategy that is widely used by business actors, especially SMEs industry. This study aims to analyze the influence of word of mouth on the purchase intention of one of the SMEs in Yogyakarta that is Chockles Es Coklat among students in Yogyakarta. This study uses quantitative approach with a sample of 404 respondents taken using the probability sampling method and simple random sampling technique. The data in this study were obtained through questionnaires filled by respondents and literature studies from various sources. The results of this study indicate that word of mouth proved to significantly influence the purchase intention of 64.9% and the remaining 35.1% influenced by other factors, outside of research variables.*

*Keywords : influence, SMEs, word of mouth, purchase intention.*