

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Word Of Mouth* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Umkm Simoci Jajanan Kita Di Kota Salatiga) Surey penelitian dilakukan pada Umkm Simoci Jajanan Kita Di Kota Salatiga

Penelitian ini menggunakan Teknik *Non-probability Sampling* dengan jenis *Accidental Sampling survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah sampel 100 sebagai konsumen yang pernah menggunakan Simoci Jajanan Kita Di Kota Salatiga Menggunakan metode pengumpulan *lemesshow* karena jumlah responden yang tidak diketahui. Metode pengumpulan data menggunakan *google form*. Analisis data secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS 21.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian, Terdapat Pengaruh yang signifikan antara *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Serta terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara *Brand Awareness*, *Word Of Mouth* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Umkm Simoci Jajanan Kita Di Kota Salatiga)

*Kata Kunci* : *Brand Awareness*, *Word Of Mouth*, Inovasi Produk  
Keputusan Pembelian

