

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Word Of Mouth, Kepercayaan terhadap merek, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada UMKM Batik “Cinta Batik Semarang” di Kampung Batik, Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Word Of Mouth, Kepercayaan terhadap merek, dan Citra Merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian oleh konsumen sebagai variabel terikat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 104 responden yang berdomisili di Kota Semarang dan telah pernah menggunakan produk batik dari UMKM Batik “Cinta Batik Semarang”.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Analisis yang digunakan merupakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Word Of Mouth, Kepercayaan terhadap merek, dan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Kata Kunci : Word Of Mouth, Kepercayaan merek dan Citra Merek, Keputusan Pembelian.