

Aisha Putri Syafira, 10221111

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai Keputusan Pembelian pada Skincare Skintific oleh calon pembeli. Variabel yang diteliti merupakan variabel dependen yaitu “Keputusan Pembelian” dengan mengangkat tiga variabel terikat yaitu variabel *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan yaitu : uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji f, dan uji t. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner dan data valid yang telah dikumpulkan sebanyak 100 responden dan diolah menggunakan SPSS Versi 24

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Word Of Mouth*, Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific, dan pada variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific. Sedangkan hasil uji f variabel *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific

Kata kunci : *Word Of Mouth, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian*

(x + 74 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2004 -2022)