

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Niat Beli pada Lipstick Maybelline
Nama : Mutiara Syafina Widiya
Program Studi : S-1 Manajemen
Pembimbing : Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap niat beli pada lipstick Maybelline. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang mengetahui dan menggunakan lipstick Maybelline yang berdomisili Jakarta Barat. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling* sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth*, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Harga, Niat Beli

This study aims to determine the effect of word of mouth, product quality and price on purchase intentions on Maybelline Lipstick. The population in this study were all people who knew and used Maybelline lipstick who live in West Jakarta. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling Method by using a purposive sampling technique of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis to determine the direct and indirect effects between variables. The results of this study indicate that word of mouth, product quality, and price together have a positive and significant effects on purchase intentions, word of mouth has a positive and significant effect on purchase intentions, product quality has a positive and significant effect on purchase intentions, and price has a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Word of Mouth, Product Quality, Price, Purchase Intention