

**ABSTRAK**

Judul : “Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth* dan Harga Terhadap *Purchase Intention* Pada Kosmetik Maybelline”  
Nama : Atika Putri  
Program Studi : S -1 Manajemen

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth* dan Harga terhadap *Purchase Intention* pada kosmetik Maybelline di wilayah Jakarta Barat. Populasinya adalah penduduk wanita kota Jakarta Barat yang pernah menggunakan dan mengetahui kosmetik Maybelline. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang responden. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan *Purchase Intention* sebagai variabel dependen, *Brand Image*, *Word Of Mouth* dan Harga sebagai variabel independen. Dengan hasil penelitian *Brand Image* tidak pengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, kemudian Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Harga dan *Purchase Intention*

*The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image, Word of Mouth and Price on Purchase Intention on Maybelline cosmetics in West Jakarta. The population is the female population of the city of West Jakarta who has used and knows Maybelline cosmetics. The sample used amounted to 100 respondents. Analysis of the data used is Multiple Linear Regression with Purchase Intention as the dependent variable, Brand Image, Word of Mouth and Price as the independent variable. With the results of Brand Image research no significant effect on Purchase Intention, Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Intention, then Price has a positive and significant effect on Purchase Intention.*

Keyword : *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Price and *Purchase Intention*