

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Kosmetik di Tasikmalaya)

Oleh:

**DHEANA MAULANY SUHENDAR
173402197**

**Dibawah Bimbingan:
Ane Kurniawati
Adhitya Rahmat Taufiq**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kualitas produk, *Word of mouth*, Kepercayaan dan Keputusan pembelian. Survey dilakukan kepada 235 responden, berusia di atas 18 tahun, dan pernah membeli produk Wardah Kosmetik serta pernah membeli kosmetik dengan merek lain dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama. Hasil analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepercayaan. Semakin baik Kualitas produk yang ditawarkan oleh Perusahaan maka Kepercayaan konsumen pun akan meningkat. *Word of mouth* berpengaruh terhadap Kepercayaan. Semakin efektif dan efisien teknik *Word of mouth* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan Konsumen. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Kualitas produk yang ditawarkan tidak berpengaruh terhadap tingkat Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Semakin efektif dan efisien teknik *Word of mouth* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat Kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula tingkat Keputusan pembelian. Untuk menciptakan Keputusan pembelian, perusahaan harus meningkatkan aspek-aspek yang membangun Kualitas produk, *Word of mouth*, dan Kepercayaan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

***The Influence of Product Quality and Word Of Mouth on Trust and
Its Impact on Purchase Decisions
(Survey of Wardah Cosmetics Consumers in Tasikmalaya)***

By:
DHEANA MAULANY SUHENDAR
173402197

Under the guidance of:
Ane Kurniawati
Adhitya Rahmat Taufiq

This study aims to determine how product quality, word of mouth, trust and purchasing decisions. The survey was conducted on 235 respondents, aged over 18 years, and had purchased Wardah Kosmetik products and had purchased cosmetics with other brands using a questionnaire as the main data collection tool. The results of the analysis using Structural Equation Modeling (SEM) show that product quality has an effect on trust. The better the quality of the products offered by the company, the consumer confidence will increase. Word of mouth affects trust. The more effective and efficient the company's word of mouth technique is, the higher the level of consumer confidence will be. Product quality has no effect on purchasing decisions. The quality of the products offered does not affect the level of purchasing decisions made by consumers. Word of mouth has an effect on purchasing decisions. The more effective and efficient the word of mouth technique used by the company, the higher the level of purchasing decisions made by consumers. Trust has an effect on purchasing decisions. The higher the level of consumer confidence in the products offered, the higher the level of purchasing decisions. To create purchasing decisions, companies must improve aspects that build product quality, word of mouth, and trust.

Keywords: Product Quality, Word Of Mouth, Trust, and Purchasing Decisions