

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK *SKINCARE HADA LABO*

(Survei pada Konsumen Produk *Skincare* Hada Labo di Miss Glam Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

FEGA AZHARI

1910521003

Dosen Pembimbing:

Asmi Abbas, SE, MM

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

	No. Alumni Universitas	Fega Azhari	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Jakarta/ 20 Desember 2000, b) Nama Orang Tua : Bakek YS Libra dan Siel BT Sitam, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen : Manajemen, e) No Bp : 1910521003, f) Tanggal Lulus : 30 Januari 2023, g) Prediket Lulus: Dengan Pujian, h) IPK : 3,66, i) Lama Studi : Tiga Tahun Lima Bulan, j) Alamat Orang Tua : Jl. BB II, Kel. Tegal Parang, Kec. Mampang Prapatan, Jakarta Selatan		

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK *SKINCARE* HADA LABO (Survei pada Konsumen produk *Skincare* Hada Labo di Miss Glam Kota Padang)

Skripsi oleh Fega Azhari

Pembimbing : Asmi Abbas, SE, MM

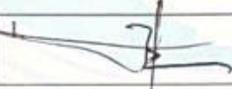
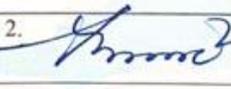
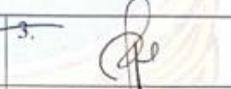
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *brand image*, dan *word of mouth (WOM)* terhadap *purchase decision* pada produk *skincare* Hada Labo. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang telah melakukan pembelian terhadap produk *skincare* Hada Labo, jumlah sampel sebanyak 173 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik *non probability sampling* dan menggunakan peukuran skala *likert* 1-5. Pengelolaan data penelitian dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan variabel *product quality* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*, variabel *brand image* memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*, sedangkan variabel *word of mouth* memiliki hubungan yang positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*.

Kata Kunci : *Product Quality, Brand Image, Word of Mouth (WOM), Purchase Decision*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 30 Januari 2023.

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan		2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE, MM	Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Dr. Eri Besra, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP. 197106242006041007



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: