

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dengan *Word Of Mouth* sebagai Variabel Intervening di Toko Cantik Tulungagung” yang ditulis oleh Bintang Ikko Putri Nokenda Syach NIM. 126405203239. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan Dosen Pembimbing : Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi, adanya *trend* masyarakat yang mulai menyadari pentingnya merawat diri dan menjaga kesehatan kulit menjadikan kosmetik sebagai kebutuhan primer bagi kaum perempuan. Semakin berjalannya waktu permintaan masyarakat terhadap kecantikan semakin meningkat menjadikan tantangan produsen kosmetik agar selalu menjaga stabilitas bisnis. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk menarik minat keputusan pembelian konsumen adalah harga yang terjangkau, kualitas pelayanan, serta strategi promosi yang efektif dan efisien.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk (1) Mengetahui pengaruh harga terhadap *word of mouth* di Toko Cantik Tulungagung, (2) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* di Toko Cantik Tulungagung, (3) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (4) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (5) Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (6) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening di Toko Cantik Tulungagung, (7) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening di Toko Cantik Tulungagung.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan teknik analisis jalur dengan menggunakan variabel intervening.. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan teknik *proportional random sampling* dan ditemukan sampel sejumlah 400. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Harga berpengaruh terhadap *word of mouth* di Toko Cantik Tulungagung, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *word of mouth* di Toko Cantik Tulungagung, (3) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (4) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (5) *Word of mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Cantik Tulungagung, (6) Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening di Toko Cantik Tulungagung, (7) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening di Toko Cantik Tulungagung.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, *Word of Mouth*

ABSTRACT

Script “Influence of Price and Quality Service on Cosmetic Purchasing Decisions with Word of Mouth as Variable Intervening in Toko Cantik Tulungagung” by Bintang Ikko Putri Nokenda Syach NIM. 126405203239. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Business and Management, Syariah Business Management Studies Program, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Instructor: Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

This research was launched, there is a trend of society that is beginning to realize the importance of caring for themselves and keeping skin health make cosmetics as a primary need for women. The factors that need to be taken into account to attract the interest of consumer purchasing decisions are affordable prices, quality of service, as well as an effective and efficient promotion strategy. The purpose of this research was indentify (1) Influence of the price on word of mouth , (2) Impact of the quality of service on word of mouth, (3) Effect of price on the decision of purchase, (4) Effects of the service quality on the purchase decision, (5) Influence of word Of Mouth on the purchasing decision (6) Price influence on the buying decision with word Of mouth as an intervening variable, (7) Importance of the Quality of Service on the decisions with word of Mouth as the intervening Variable.

The research uses a quantitative approach with the associative type of research with path analysis techniques using intervening variables. The type of data used is the primary data obtained from the distributed questionnaire. The results of the research showed that (1) Price influenced the word of mouth in the Beauty Stores, (2) Quality service significantly and positively affected the word of mouth, (3) Price had no influence on the purchase decision, (4)) Quality service had a significant and positive influence upon the purchase decisions, (5) Words of mouth had a significant and positive impact on the purchasing decision, (6) Price was significantly influential and positive on the decision of the purchase with the word of mouth as an intervening variable, (7) Quality service had a positive and significant effect on the decisions with the word of mouth as a variable intervening.

Keywords: Price, Quality of Service, Purchase Decision, Word of Mouth