

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada bisnis produk kosmetik *whitelab*. Perkembangan industri kosmetik mengalami kemajuan dan berkembang yang pesat di segala aspek salah satunya adalah aspek industri. Keputusan pembelian konsumen adalah tujuan dari perusahaan dalam melakukan segala aktivitas usaha. Beberapa faktor yang mendorong dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu getok tular dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh getok tular dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik secara daring (studi pada produk *whitelab*). Dengan metode purposive sampling, pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah para pengguna kosmetik dari produk *whitelab* yang setidaknya pernah membeli satu kali secara online yang berada di wilayah Jakarta Barat. Dengan fokus sampel yang diambil ialah warga Jakarta Barat dengan rentang usia 18 sampai 30 tahun serta berprofesi mahasiswa ataupun karyawan dan mendapatkan sampel sebanyak 97 responden yang diuji dengan *Smart Partial Least Square (PLS)* versi 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa getok tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Getok Tular, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research focuses on the whitelab cosmetic product business. The development of the cosmetics industry is experiencing rapid progress and development in all aspects, one of which is the industrial aspect. Consumer purchasing decisions are the goal of the company in carrying out all business activities. Several factors that encourage and influence consumer purchasing decisions, namely getok tular and service quality. This study aims to examine the effect of word of mouth and service quality on purchasing decisions for online cosmetic products (study on whitelab products). With a purposive sampling method, data collection in this study used a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data source used is primary data. The data analysis used is quantitative descriptive analysis. The samples in this study were cosmetic users of whitelab products who had bought at least once online in the West Jakarta area. With the focus of the sample taken were residents of West Jakarta with an age range of 18 to 30 years and working as students or employees and getting a sample of 97 respondents tested with Smart Partial Least Square (PLS) version 3.0. The results of this study indicate that getok tular has a positive and significant effect on purchasing decisions. Service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Worf Of Mouth, Service Quality, Purchase Decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA