

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap *Word of Mouth* (WOM) Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Emina

Julieta¹⁾, Edi Purwanto²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada brand kecantikan Emina sebagai variabel mediasi dalam meningkatkan *word of mouth* di kalangan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 132 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil dalam penelitian ini yaitu kualitas produk melalui kepuasan konsumen terhadap *word of mouth* menunjukkan bahwa t statistik 2.541 dan *p value* 0.011 dengan nilai koefisien 0.148. Nilai statistik 2.541 > 1.96 atau *p value* 0.011 < 0.50, serta nilai koefisien menunjukkan nilai yang positif 0.148. Harga melalui kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*. Nilai statistik 3.823 > 1.96 atau *p value* 0.000 < 0.50, serta nilai koefisien menunjukkan nilai yang positif 0.307. Kemudian besar pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.721 atau 72,1% serta besar pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap *word of mouth* sebesar 0.683 atau 68,3%.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Kepuasan konsumen, *Word of mouth*

Pustaka : 44

Tahun Publikasi : 2003 – 2021