

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kosmetik Wardah. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 104 responden dengan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa persepsi kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

**Kata kunci:** Persepsi Kualitas Produk, *word of mouth*, dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze and explain the influence of perceptions of product quality and word of mouth on wardah cosmetic purchasing decisions on female students at Muhammadiyah University of Yogyakarta. The object used in this study is Wardah Cosmetics. The subjects in this study were female students at Muhammadiyah University of Yogyakarta. In this study the sample used was 104 respondents with the method used was purposive sampling. The analytical tool used is Statistical Product and Service Solution (SPSS) software.*

*The results of this study indicate that perceptions of product quality and word of mouth have a significant simultaneous effect on wardah cosmetic purchasing decisions on female students at Muhammadiyah University of Yogyakarta. Perception of product quality has a significant effect on wardah cosmetic purchasing decisions for female students at Muhammadiyah University of Yogyakarta. Word of Mouth has a significant effect on wardah cosmetic purchasing decisions for female students at Muhammadiyah University of Yogyakarta.*

**Keywords:** *Perception of Product Quality, word of mouth, and Purchasing Decision.*