

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI LIPSTIK WARDAH**

**(Studi pada Jemaat Sabda Bayu Gereja Kristen Protestan)**

**Oleh**

**Whilma Modesta Br Sitepu, 2217041001**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi**

## **ABSTRAK**

Perkembangan industri kosmetik yang semakin pesat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk serta membangun komunikasi yang efektif dengan konsumen guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian kembali adalah kualitas produk dan *word of mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kembali produk lipstik Wardah pada jemaat Sabda Bayu Gereja Kristen Protestan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan lipstik Wardah, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS, serta dilakukan uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kembali. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali. Indikator estetika menjadi faktor yang paling dominan dalam variabel kualitas produk, sedangkan indikator rekomendasi menjadi faktor paling berpengaruh dalam variabel *word of mouth*. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung melakukan pembelian kembali ketika produk memiliki kualitas yang baik serta didukung oleh informasi positif dari lingkungan sekitar. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan *word of mouth* memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian kembali. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk serta mendorong terciptanya *word of mouth* yang positif. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, *word of mouth*, keputusan pembelian kembali.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND WORD OF MOUTH ON  
REPURCHASE DECISIONS OF WARDAH LIPSTICK  
(A Study on the Congregation of Sabda Bayu Protestant Christian Church)**

By  
**Whilma Modesta Br Sitepu, 2217041001**  
**Department of Management, Faculty of Economics**

**ABSTRACT**

*The rapid growth of the cosmetic industry has encouraged companies to improve product quality and establish effective communication with consumers in order to maintain customer loyalty. Product quality and word of mouth are among the key factors influencing consumers' repurchase decisions. This study aims to analyze the influence of product quality and word of mouth on the repurchase decisions of Wardah lipstick among the congregation of Sabda Bayu Protestant Christian Church. This study employed a quantitative approach with a causal research design. The population consisted of consumers who had used Wardah lipstick, and a sample of 120 respondents was selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. In addition, classical assumption tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination were conducted. The results indicate that, partially, both product quality and word of mouth have a positive and significant influence on repurchase decisions. Simultaneously, both variables also have a significant effect on repurchase decisions. The aesthetic dimension was found to be the most dominant indicator of product quality, while the recommendation dimension was the most influential indicator of word of mouth. These findings suggest that consumers are more likely to repurchase a product when it offers high quality and is supported by positive information and recommendations from people around them. In conclusion, product quality and word of mouth play an important role in increasing consumers' repurchase decisions. Therefore, companies are encouraged to continuously improve product quality and foster positive word of mouth. Future research is expected to include additional variables to provide more comprehensive findings.*

**Keywords:** *Product quality, word of mouth, repurchase decision.*