

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* , PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
DI BALI**

Abstrak

Fenomena munculnya berbagai jenis kosmetik dari dalam maupun luar negeri saat ini menyebabkan semakin ketat persaingan yang di alami oleh brand kosmetik Emina. Oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk mempertahankan strategi pemasaran yang menarik konsumen melakukan pembelian pada produk kosmetik Emina. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of mouth*, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Bali.

Metode pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 responden yang merupakan konsumen dari produk kosmetik Emina yang berusia minimal 17 tahun dan responden yang pernah memakai produk kosmetik Emina. Teknik analisa yang digunakan adalaah analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner dan diolah menggunakan SPSS 25 *version*.

Hasil analisis menunjukan bahwa variabel *word of mouth*, persepsi harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga penting bagi perusahaan untuk mempertahankan *word of mouth*, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Worf Of Mouth*, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian