

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya klinik- klinik kecantikan yang muncul dan menawarkan berbagai macam manfaat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama kaum wanita di bidang kecantikan dan kesehatan kulit. Larissa Aesthetic Center adalah salah satu klinik kecantikan yang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan mengedepankan penggunaan bahan baku alami. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), diferensiasi produk (X3), dan Word of Mouth (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) di Larissa Aesthetic Center Surabaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang merupakan konsumen dari Larissa Aesthetic Center Surabaya dengan teknik *Purposive sampling*. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS , empat hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan Analisis Regresi.

Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan dari keempat variabel independen, variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian adalah harga. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini hendaknya Larissa Aesthetic Center Surabaya tetap mempertahankan harga pada produknya dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi hasil yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, dan *Word of Mouth* Keputusan Pembelian

ABSTRACTION

This research is motivated by the increasing growth of beauty clinics and offervarious range of benefits for fulfilling the society' needs especially women in field of beauty and skin health. Larissa Aesthetic Center is one of the beauty clinics which try to meet those needs by featuring the use of natural raw materials. This research aimed to analyze the effects of price (X1), product quality (X2), product differentiation (X3), and Word of Mouth (X4) on purchase decisions (Y) in Larissa Aesthetic Center Surabaya

Method which used in this study is questionnaires method toward 100 respondents who also consumers of Larissa Aesthetic Center Surabaya with Purposive sampling technique. By using SPSS software, four hypotheses were formulated and tested using regression analysis.

Results of this research showed that among four independent variables, the most positive impact and significant variable on purchasing decisions is price . Therefore, this study conclude that Larissa Aesthetic Center Suarabaya should keep price of product and improve product quality in order to meet the outcomes in accordance with the wishes of consumers.

Keywords: Price, Quality Products, Product Differentiation, Word of Mouth, Purchasing Decisions