

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan merek produk terhadap keputusan pembelian dengan word of mouth sebagai variabel moderasi pada produk Mallica Glow di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Partial Least Square (PLS).

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Mallica Glow di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk, kualitas produk, dan merek produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Namun, word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan tidak memoderasi pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan merek produk terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan keragaman produk, kualitas produk dan merek produk untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, serta tetap mengelola word of mouth secara efektif meskipun tidak menjadi faktor pemoderasi yang signifikan.

Kata kunci: Keragaman Produk, Kualitas Produk, Merek Produk, Keputusan Pembelian dan Word Of Mouth