

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh atribut produk, promosi penjualan, dan *word of mouth* terhadap minat pembelian kosmetik Sariayu, menganalisis pengaruh atribut produk, promosi penjualan, dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen terkait kosmetik Sariayu, dan menganalisis pengaruh minat pembelian dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen konsumen kosmetik Sariayu Marta Tilaar di Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 193 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Teknik Analisis Regresi Berganda, uji t, uji F, dan uji Sobel test.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif atribut produk, promosi penjualan, dan *word of mouth* terhadap minat pembelian kosmetik Sariayu 2) Terdapat pengaruh positif atribut produk, promosi penjualan, dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen terhadap kosmetik Sariayu, 3) Terdapat pengaruh positif minat beli dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa minat beli memediasi pengaruh atribut produk, promosi penjualan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu. Preferensi konsumen memediasi pengaruh atribut produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu, dan preferensi konsumen tidak memediasi pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu.

Kata kunci: atribut produk, promosi penjualan, *word of mouth*, minat pembelian, preferensi, keputusan pembelian, Sariayu