

## ABSTRAK

Nova Arlyana Karrisa (2018021072)

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE INDONESIA

Saat ini, terdapat berbagai perusahaan kosmetik yang menawarkan berbagai varian produk yang dapat dipilih konsumen mulai dari jenis kulit, warna, hingga tekstur. Hal ini menjadikan pertimbangan bagi konsumen untuk memilih kosmetik yang sesuai dengan kondisi kulit mereka sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Perusahaan kosmetik harus dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk yang dijual, sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar. Dalam penelitian ini, para peneliti bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Indonesia. Para peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji F dan uji Koefisien Diterminasi menggunakan IBM SPSS Statistic 26. Responden dalam penelitian ini adalah perempuan yang berdomisili di Kota Bogor, dengan karakteristik berusia 18-35 tahun, menggunakan kosmetik Maybelline, melihat kosmetik dari segi kualitas produk dan menonton video tentang kosmetik Maybelline dari *Beauty Influencer*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk and *Beauty Influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Indonesia. Dengan penelitian ini, peneliti dapat memahami pengaruh antara variabel.

**Kata kunci:** *Beauty Influencer*, kualitas produk, keputusan pembelian