

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND IMAGE* PADA *BRAND* EMINA COSMETICS.**

(Studi Kasus pada masyarakat di Jabodetabek)

Putri Nur Alifah 1) Dr. (Cand.) Mohamad Trio Febriyantoro, S.E., M.M. 2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian dalam pembelian produk skincare dan Makeup Emina Cosmetics. Dalam penelitian ini terdapat 7 (tujuh) hipotesis yang akan diteliti. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Objek yang akan diperiksa dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), keputusan pembelian (Y), dan *Brand Image* (Z) . Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui jumlah pastinya dan peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebesar 110 sampel yang terdapat tiga variabel dan 11 indikator, sehingga perhitungan dalam penelitian multivariat adalah jumlah indikator  $11 \times 10 = 110$  maka diketahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden yang akan diteliti. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dengan objek penelitian masyarakat yang melakukan keputusan pembelian dari produk Emina dan masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Emina.