

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa FEB angkatan 2021 yang menggunakan produk kosmetik wardah, yang dimana jumlah anggota populasi atau karakteristik populasi tidak diketahui secara pasti oleh peneliti (*infinite population*). Jumlah sampel yang digunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui google form. Data yang diperoleh melalui kuesioner selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang dioperasikan melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions on wardah. The population used in this study is 2021 FEB students who use wardah cosmetic products, where the number of population members or population characteristics is not known with certainty by researchers (infinite population). The number of samples used was non-probability sampling with purposive sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires via google form. The data obtained through the questionnaire was then processed and analyzed using Partial Least Square (PLS) operated through SmartPLS 4. The results showed that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions; product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision