

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, citra merk, dan daya tarik iklan secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Emina. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau pernah membeli produk emina. Teknik pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling, data diperoleh dengan membagikan kuisoner kepada 105 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS statistics.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to determine whether product quality, brand image, and advertising attractiveness simultaneously affect purchasing decisions on Emina cosmetic products. The population in this study are consumers who use or have purchased Emina products. The sample collection technique used purposive sampling, the data was obtained by distributing questionnaires to 105 respondents. The data analysis technique in this study is descriptive analysis, classical assumption test and multiple linear regression analysis using the SPSS statistics application program.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Advertising Attractiveness, Purchase Decision*