

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, *brand image*, dan *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk *online make over* di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan Pemilihan sampel digunakan dengan metode *purposive sampling*, yaitu memilih sampel dengan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti, dimana berdasarkan metode pemilihan sampel tersebut diperoleh 138 responden yang merupakan masyarakat Kota Padang yang telah membeli produk *online make over*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data diolah, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Penelitian ini menggunakan kualitas produk, harga, *brand image*, dan *beauty vlogger* sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, *brand image*, dan *beauty vlogger* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Padang yang telah membeli produk *online make over*. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, *brand image*, dan *beauty vlogger* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Padang yang telah membeli produk *online make over*.

Keywords: Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, *Beauty Vlogger* Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, price, brand image, and beauty vlogger on purchasing decisions for online make over products in Padang City. The type of research used is quantitative with sample selection used using a purposive sampling method, namely selecting samples with certain criteria according to what the researcher desires, where based on the sample selection method, 138 respondents were obtained from the people of Padang City who had purchased online make over products. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Before the data is processed, a classical assumption test is carried out first. The test results show that there is no heteroscedasticity and multicollinearity. This research uses product quality, price, brand image, and beauty vlogger as independent variables, and purchasing decisions as the dependent variable. Partial test results show that product quality, price, brand image, and beauty vlogger have a positive and significant influence on the purchasing decisions of the people of Padang City who have purchased online make over products. Simultaneous test results show that product quality, price, brand image, and beauty vloggers together have a positive and significant influence on the purchasing decisions of the people of Padang City who have purchased online make over products.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Beauty Vlogger Purchase Decision