

ABSTRAK

Anisa Pebriyanti (1209240029) : “Pengaruh Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020)”.

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kecantikan. Marina, salah satu merek yang memproduksi *hand & body lotion*, yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Untuk mencapai tujuan perusahaan, strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian, seperti citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020. Serta bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sehingga ditentukan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis secara parsial maupun simultan, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina. *Electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina. Dan secara simultan, citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *hand & body lotion* Marina dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar (68,410) dan nilai signifikansi 0,00. Adapun besarnya pengaruh citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 70,5%. Sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dari penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian