

ABSTRAK

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kulit, industri skincare di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat sehingga persaingan antar merek semakin ketat. Salah satu merek skincare lokal yang mampu bersaing adalah Somethinc. Dalam kondisi tersebut, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di antaranya kualitas produk, harga, dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* somethinc. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kualitas produk, harga dan citra merek sebagai variabel independen dan minat beli dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen produk *skincare* somethinc. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan kuesioner untuk metode pengumpulan data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 250 responden perempuan maupun laki-laki yang menggunakan produk *skincare* Somethinc. Teknik analisis data menggunakan metode analisis Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM) dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.3.3.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc dengan minat beli sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Citra merek, Minat beli, Keputusan pembelian