

ABSTRAK

Perusahaan harus bekerja keras untuk memasarkan produknya dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan secara konsisten berupaya menjadi inovatif dan unik. dapat melakukan pemasaran melalui influencer, meningkatkan citra merek dan kualitas produk namun masih terdapat permasalahan atau fenomena yang terjadi maka dari itu perusahaan harus mengatasinya agar terjadi keputusan pembelian pada kosmetik wardah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana influencer, citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen membeli kosmetik Wardah di Bandung. Nonprobability sampling dengan jenis sampel purposive digunakan dalam prosedur pengambilan sampel. dengan memberikan kuesioner kepada 200 responden. Metode kuantitatif digunakan dalam pendekatan penelitian. Dengan menggunakan IBM SPSS versi 26, analisis regresi linier berganda dan analisis data deskriptif merupakan metode analisis data yang digunakan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin baik influencer dapat meningkatkan keputusan pembelian, semakin baik citra merek dapat meningkatkan keputusan pembelian, dan semakin baik kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian. saran kepada perusahaan yaitu influencer harus memberikan review sejujur-jujurnya pada produk kosmetik wardah, wardah harus terus inovatif agar meningkatkan citra merek dan mengganti formula untuk kualitas produk yang semakin baik.

Kata kunci: *Influencer, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Wardah*