

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri kosmetik membuat produsen saling berlomba memberikan produk yang terbaik dengan menjadi pangsa pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis kosmetik, salah satunya produk kosmetik MAKE OVER. Banyak hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk diantaranya atribut produk yang menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk yang terdiri dari sub variabel kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk terhadap proses keputusan pembelian produk kosmetik MAKE OVER di *store* MAKE OVER Paris Van Java Mall Bandung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal dengan metode *nonprobability sampling* dengan jumlah sample responden sebesar 100 responden. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis linear berganda untuk metode penghitungannya.

Hasil dari penelitian ini secara parsial, hanya variabel kualitas produk yang berpengaruh tinggi dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk kosmetik MAKE OVER. Bagi produk kosmetik MAKE OVER lebih meningkatkan kualitas inilah yang menjadi tolak ukur responden untuk membeli produk kosmetik MAKE OVER.

Kata Kunci : Atribut Produk, Proses Keputusan Pembelian, MAKE OVER