

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *superstay matte ink liquid matte lipstick maybelline* (studi kasus pada generasi z). Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel kualitas produk dan keputusan pembelian dalam penelitian ini.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, tujuan penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan tipe kausalitas, dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability dengan teknik purposive sampling dan menggunakan rumus Bernoulli sehingga didapatkan hasil responden sebesar 100 responden. Dalam penelitian ini mengumpulkan data menggunakan kuesioner secara online yang disebar di sosial media seperti Instagram, *Line Group*, dan *Whatsapp Group*. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan cara memberikan berbagai pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

Berdasarkan analisis data hasil penelitian yang telah dilakukan dan dikembangkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *SuperStay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline*, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap citra merek Maybelline, citra merek Maybelline berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *SuperStay Matte Ink Liquid Matte Lipstick*, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening sehingga Maybelline perlu untuk memerhatikan citra mereknya agar turut meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Pemasaran