

ABSTRAK

Saat ini, kesadaran masyarakat mengenai kegunaan produk kosmetik dan kecantikan meningkat, terutama pada produk lokal. Inovasi produk lokal mengenai manfaat kandungan pada produknya menimbulkan antusiasme konsumen lokal. Hal ini menimbulkan persaingan antar *brand* kosmetik dan kecantikan sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan minat beli produknya, dapat dilakukan melalui citra merek yang mudah dikenali serta kualitas yang unggul pada produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli *brand* Somethinc di Kota Bandung.

Pada penelitian ini, digunakan metode kuantitatif dan metode analisis deskriptif yang bertujuan mengetahui hubungan kausal antar variabel yang diteliti. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang merupakan konsumen *brand* Somethinc yang tinggal di Kota Bandung. Pengolahan data statistik menggunakan SPSS 29 *for windows*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan minat beli menurut persepsi konsumen *brand* Somethinc termasuk kedalam kategori “Baik”. Citra merek secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli, serta citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli *brand* Somethinc di Kota Bandung.

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas Produk, Minat Beli.