

ABSTRAK

Gaya hidup memiliki pengaruh dalam pengambilan sebuah keputusan termasuk dalam proses keputusan pembelian. Salah satu keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh gaya hidup yaitu pembelian produk *skincare*. Produk kecantikan dan perawatan kulit (*skincare*) yang dikeluarkan dan di produksi di negeri ini cukup banyak dan sudah sering digunakan. Salah satu brand tersebut adalah The Originote. Dalam proses keputusan pembelian, penelitian ini hendak mengetahui pengaruh harga, persepsi kualitas, inovasi produk, dan e-WOM yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Dalam menerapkan kegiatan pemasaran perusahaan dapat memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat sebuah keputusan pembelian. Perusahaan dapat memperhatikan faktor dan dimensi yang terdapat pada harga, persepsi kualitas, inovasi produk, dan e-WOM yang digunakan oleh perusahaan dalam proses pemasaran produk The Originote. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 385 responden. Alat yang digunakan dalam mengumpulkan dan mengolah data dalam penelitian yaitu google form, microsoft excel, dan *software* IBM SPSS. Penelitian ini memberikan hasil bahwa harga, persepsi kualitas, inovasi produk, dan e-WOM memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Persepsi Kualitas, Inovasi Produk, E-WOM, Keputusan Pembelian