

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille Beauty (Studi pada Konsumen Kota Semarang). Pengumpulan data pada penelitian ini melalui kuesioner dan melibatkan 100.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Accidental Sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS Versi 24 sebagai alat bantu dalam perhitungan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000, harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,948 dan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi 0,045. Demikian pula hasil pengujian secara simultan seluruh variabel independent *brand image*, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian