

ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, khususnya pada produk perawatan kulit seperti sunscreen yang semakin dibutuhkan konsumen. Persaingan ketat antar merek menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap proses keputusan pembelian sunscreen Emina di Toko Sohi Kosmetik Kabupaten Garut. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel ditentukan melalui *purposive* sampling sebanyak 89 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 25,9%. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan kontribusi sebesar 9,9%. Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 24,8%. Secara simultan, ketiga variabel bebas kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 60,6%, sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Kualitas produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Proses Keputusan Pembelian.