

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *country of origin*, *brand image*, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada masker wajah Sariayu. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *country of origin*, *brand image*, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* variabel independen, serta minat beli sebagai variabel dependen.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat yang berdomisili di Indonesia yang ingin membeli dan atau pernah membeli masker wajah Sariayu. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *country of origin*, *brand image*, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : *Country Of Origin*, *Brand Image*, Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth*, Minat Beli