

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHARLES &
KEITH MARGO CITY DEPOK**

ABSTRAK

Fashion merupakan gaya berpakaian yang digunakan sehari-hari atau pada acara tertentu oleh seseorang dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Citra merek Charles & Keith di Indonesia sudah sangat dikenal di kalangan perempuan, terutama di generasi *milenial* dan generasi *Z*. Kualitas produk yang baik dan terpercaya membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian serta untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Charles & Keith di Margo City Depok.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, uji reliabilitas, uji kebaikan model fit, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 155 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability* dengan *teknik purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah Smart PLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, serta variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah citra merek.

Kata Kunci : *citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk, persepsi harga*

(xiii + 65 + Lampiran).

Daftar Pustaka (2018 - 2023).