

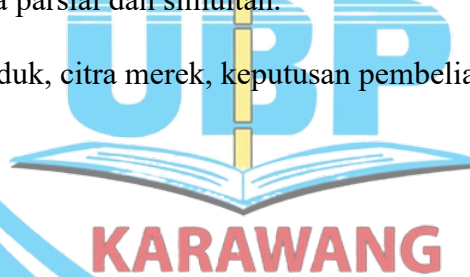
ABSTRAK

Pada saat ini industri di bidang fashion mempunyai kecenderungan yang terus meningkat, baik dari segi kuantitas dan kualitas. Industri fashion terus menunjukkan daya tariknya, seiring dengan perkembangan zaman. Gaya hidup masyarakat Indonesia terutama di kota-kota besar, menjadikan peluang yang dapat dilirik setiap perusahaan dalam menawarkan beragam produk ataupun jasa.

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai perusahaan yang mendominasi industri fashion ritel. Salah satu perusahaan yang cukup terkenal di Indonesia dan dunia adalah Uniqlo. Uniqlo merupakan perusahaan yang berasal dari Jepang yang menjual Japanese Casual Wear yang didirikan oleh Tadashi Yanai yang merupakan salah satu orang terkaya di Jepang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada Uniqlo di Resinda Park Mall Karawang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 121 mahasiswa manajemen angkatan 2018 dengan jumlah sampel 94 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian terdapat pengaruh secara parsial dan simultan.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian



ABSTRACT

At this time the industry in the field of fashion has a tendency to continue to increase, both in terms of quantity and quality. The fashion industry continues to show its appeal, along with the times. The lifestyle of the Indonesian people, especially in big cities, makes it an opportunity that every company can look at in offering a variety of products or services.

In Indonesia itself there are various companies that dominate the retail fashion industry. One of the well-known companies in Indonesia and the world is Uniqlo. Uniqlo is a company originating from Japan that sells Japanese Casual Wear which was founded by Tadashi Yanai who is one of the richest people in Japan.

This study aims to examine product quality, brand image and purchasing decisions at Uniqlo at Resinda Park Mall Karawang. This research was conducted using a quantitative method with a descriptive approach. Where data collection is done by using a questionnaire and literature study. The population used in this study is 121 management students from class 2018 with a sample of 94 respondents. The results showed that the variables of product quality, brand image and purchasing decisions have a partial and simultaneous influence.

Keywords: product quality, brand image, purchase decision

