

ABSTRAK

Pasar Tanah Abang Jakarta merupakan pusat perdagangan retail dan grosir tekstil dan garmen terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara dan dengan demikian aktivitas perdagangan di sana sangat aktif dan berpotensi laba tinggi bagi para pengusaha tekstil dan garme. Nesty Collection merupakan perusahaan dagang pakaian merek label milik pribadi yang telah lama berdiri dan bersaing di Pasar Tanah Abang. Semakin banyaknya para pesaing baru di bisnis yang sama menuntut Nesty Collection untuk merumuskan strategi pemasaran yang pas agar dapat mengungguli para pesaingnya dan tetap bertahan dalam persaingan di Pasar Tanah Abang yang semakin ketat.

Dalam penelitian ini digunakan lima variabel yaitu desain produk, kualitas produk, harga kompetitif, citra merek, dan keputusan pembelian. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online kepada 102 responden yang kemudian di analisis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Regresi Linear Berganda yang dilakukan dengan program peranti lunak *IBM Statistical Package for Social Science (SPSS) 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk, kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap mantapnya keputusan konsumen untuk membeli produk pakaian Nesty Collection. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga kompetitif menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang perlu menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan demi meningkatkan keputusan pembelian konsumen, kemudian keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek yang dibentuk oleh desain produk dan kualitas produk.

Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.