

ABSTRAKSI

Industri kreatif semakin banyak di Indonesia, salah satunya adalah pakaian, melalui industri kreatif pakaian dikembangkan sehingga saat ini pakaian bukan hanya menjadi kebutuhan pokok belaka namun juga menjadi *lifestyle*, melalui pakaian yang dipakainya seseorang dapat menunjukkan jati dirinya dan tampil lebih percaya diri. Salah satu *trend* pakaian yang saat ini banyak terjadi adalah pakaian yang dijual di distro atau *distribution outlet* dimana banyak sekali merek-merek yang bermunculan dengan konsep yang segar dan pangsa pasarnya yang rata-rata adalah anak muda.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, desain produk, dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli produk Vicious Colony di Warehouse Store, Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang membeli produk Vicious Colony di Warehouse Store, Banjarmasin yang diambil secara *purposive sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (citra merek, kualitas produk, desain produk, dan persepsi harga) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen produk merek Vicious Colony di Warehouse Store, Banjarmasin. Artinya menurut konsumen, keempat variabel tersebut dianggap penting ketika akan membeli produk merek Vicious Colony di Warehouse Store, Banjarmasin. Dan dari hasil koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,788. Hal ini berarti 78,8 % minat beli produk merek Vicious Colony di Warehouse Store, Banjarmasin dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk, desain produk, dan persepsi harga, sedangkan sisanya yaitu 21,2 % minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, desain produk, persepsi harga, minat beli.