

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin tingginya kebutuhan masyarakat Semarang akan *fashion* yang berpengaruh pada munculnya *Distribution Store* atau yang sering kita sebut dengan Distro. Distro sendiri adalah toko yang menyediakan berbagai kebutuhan *fashion* mulai dari t-shirt, shirt, jeans, jaket hingga sepatu. House of Smith adalah salah satu nama Distro di Semarang yang berusaha untuk menjadi nomor satu dalam hal memenuhi kebutuhan *fashion* masyarakat Semarang. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi harga (X1), kemenarikan desain produk (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap kemantapan keputusan pembelian (Y) produk di Distro House of Smith Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang atau membeli produk di Distro House of Smith Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda,

Hasil analisis, indikator-indikator dan variabel dalam penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga, diikuti variabel kualitas produk dan yang paling akhir variabel desain produk. Koefisien determinasi yang terlihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,870 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek sebesar 87,0% dan sisanya yaitu 13,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, desain produk, kualitas produk, keputusan pembelian.