

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada koleksi busana Uniqlo KAWS+Warhol di Kota Bandung. Metode pengumpulan data/sampel menggunakan kuesioner, dengan sampel sebanyak 390 konsumen yang pernah membeli dan mengetahui produk uniqlo KAWS+Warhol. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis PLS-SEM. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berperan sebagai mediator dalam memperkuat dampaknya terhadap keputusan pembelian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya merupakan hasil dari produk berkualitas tinggi, tetapi juga citra merek yang kuat yang mencerminkan inovasi, gaya, dan relevansi dengan tren pasar. Kedua faktor ini bersama-sama membentuk kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Temuan penelitian ini menyoroti pentingnya inovasi dan strategi pemasaran yang efektif dalam membangun citra merek dan menjaga kualitas produk untuk memaksimalkan keputusan pembelian pelanggan.