

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND EXECUTIVE* DI TANGERANG SELATAN

Tombang Daulat Ni Roha Harianja 1) Fendi Saputra, S.E., M.M. 2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Brand Executive* di Tangerang Selatan. Dengan menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 140 responden, penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk dan harga secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk yang tinggi menciptakan persepsi nilai yang lebih besar bagi konsumen, sementara harga yang kompetitif menjadi penentu utama dalam keputusan pembelian di tengah persaingan ketat di *platform online* seperti *TikTok Shop*. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi manajemen *Brand Executive* untuk meningkatkan daya saing mereka melalui inovasi kualitas produk dan penyesuaian strategi harga. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi studi perilaku konsumen di industri *fashion*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, *Brand Executive*, Tangerang Selatan, *TikTok Shop*, Industri *Fashion*.