

## ABSTRAK

### **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Tas *Preloved* Di Desmar Boutique**

Desy Uli Natalia <sup>1)</sup>, Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M. <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Industri *fast-fashion* mempengaruhi tren *fashion* modern dengan menyediakan produk yang murah dan cepat sehingga menimbulkan dampak lingkungan yang besar. Sebagai responnya, toko barang bekas semakin populer sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan dibandingkan membeli barang bekas, termasuk tas bekas, yang menarik minat konsumen dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang layak. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen tas *preloved* di Desmar Boutique. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen tas *preloved* di Desmar Boutique, dengan pengumpulan data melalui kuesioner online dan analisis data statistik. Berdasarkan hasil penelitian, variabel harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas *preloved* di Desmar Boutique, dibuktikan melalui analisis regresi dan uji T. Harga, kualitas produk dan citra merek masing-masing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian konsumen di Desmar Boutique. Temuan tersebut memberikan dampak terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tas *preloved*.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Desmar Boutique, Harga, Kualitas Produk, Preferensi Konsumen.