

ABSTRAK

Era globalisasi saat ini, fashion bukanlah hal yang biasa lagi untuk masyarakat. Ada yang memenuhinya karena kebutuhan dan ada yang hanya mengikuti mode. Menghadapi era persaingan, perusahaan harus menciptakan kualitas produk dan merek untuk mendukung gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style terhadap keputusan pembelian pakaian di Mayoutifit. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Salah satu tujuan dari penerapan arsitektur *enterprise* adalah menciptakan keselarasan antar bisnis dan teknologi informasi bagi kebutuhan organisasi, penerapan arsitektur *enterprise* tidak terlepas dari bagaimana sebuah organisasi merencanakan dan merancang arsitektur *enterprise* tersebut.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, gaya hidup, arsitektur *enterprise*