

ABSTRAK

Indonesia ialah negara yang berpotensi melahirkan banyak merek dunia. Didukung populasi yang besar menggunakan jumlah kelas menengah yang terus tumbuh, gaya hidup yang cenderung konsumtif, serta kesadaran menggunakan produk buatan dalam maupun luar negeri yang semakin meningkat. Industri *fashion* di Indonesia makin banyak bisnis *clothing line* lokal maupun internasional. Bisnis *clothing line* yaitu bisnis yang mengacu pada usaha menciptakan sebuah *brand fashion* yang memproduksi desain *fashion* sendiri sesuai dengan budaya. Dengan diperhatikannya penampilan seseorang pada saat ini, bahan/produk yang berkualitas, harga yang kompetitif, dan citra merek yang bagus juga menentukan keputusan konsumen dalam membeli produk *fashion* dari suatu *brand*.

Uniqlo adalah sebuah merek yang menyediakan pakaian yang nyaman dengan kualitas terbaik untuk wanita, pria dan anak-anak, Uniqlo perusahaan yang bergerak dalam bidang perencanaan produk, produksi & distribusi pakaian kasual, diketahui adanya peningkatan penjualan dari tahun 2013 sampai tahun 2016 pada penjualan produk Uniqlo di Indonesia. Lalu disusul dengan adanya kenaikan dan penurunan kembali dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2022. Maka dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan Budaya, Citra Merek dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Karena populasi tidak diketahui maka penelitian ini menentukan sampel minimum dengan menggunakan rumus *Cochran*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 385 responden yang dipilih melalui metode non-probability sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini diperkirakan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Budaya, Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian pada merek Uniqlo di Kota Bandung.

Keywords: Budaya, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Fashion.