

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN *ONLINE REVIEW*  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PAKAIAN ERIGO SECARA *ONLINE***

**(Studi pada Konsumen di *Marketplace Shopee* Provinsi Bali)**

**ABSTRAK**

Citra merek merupakan bagaimana pandangan dibenak konsumen terhadap sebuah perusahaan. Dalam membangun citra merek yang baik dan jangka panjang tidak mudah. Citra merek yang baik dapat dilakukan dengan bagaimana desain produk tersebut, kemudahan dalam menggunakan produk, keunikan, dan berdaya tahan tinggi. Citra merek yang baik penting bagi perusahaan untuk dapat memberikan *online review* konsumen yang baik, sehingga hal ini dapat menentukan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh citra merek, desain produk dan *online review* konsumen terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Bali. Sampel penelitian adalah konsumen di Bali dengan jumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik *non-probability sampling* metode *purposive sampling*. Teknik yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo, sedangkan desain produk dan *online review* konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Saran bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain untuk mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

**Kata kunci:** citra merek, desain produk, *online review* konsumen, keputusan pembelian

UNMAS DENPASAR