

ABSTRAK

Banyaknya permasalahan dari usaha fasion jaman sekarang seperti *brand* Virmaous Bali sudah berdiri sekitar 5 tahun lebih namun satu tahun belakangan ini brand Virmaous Bali mengalami penurunan dalam pembelian pada produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, atribut produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk baju kaos pada *Brand* Virmaous Bali .

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh desain produk, atribut produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk baju kaos pada *Brand* Virmaous Bali. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dan jumlah sampel dalam penelitian ini 100 pelanggan Virmaous Bali metode yang digunakan *nonprobability sampling*.

Hasil penelitian ini adalah desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Virmaous Bali. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Virmaous Bali .*Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Virmaous Bali .

Kata Kunci: desain produk, atribut produk, *brand image*, keputusan pembelian



ABSTRACT

There are many problems from today's fashion businesses, such as the Virmaous Bali brand that has been around for more than 5 years, but in the past year the Virmaous Bali brand has experienced a decline in purchases of its products. The purpose of this study was to determine the effect of product design, product attributes and brand image on purchasing decisions for T-shirt products at the Virmaous Bali Brand.

This study uses multiple linear regression analysis method to determine the effect of product design, product attributes and brand image on purchasing decisions for T-shirt products at the Virmaous Bali Brand. Data were collected by distributing questionnaires and the number of samples in this study was 100 Virmaous Bali customers. .

The result of this study is that product design has a positive and significant effect on purchasing decisions for Virmaous Bali consumers. Product attributes have a positive and significant effect on purchasing decisions for Virmaous Bali consumers. Brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions for Virmaous Bali consumers.

Keywords: *product design, product attributes, brand image, purchasing decisions*

