

## ABSTRAK

**WINDAH NUR SYAFITRI. 2026. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fashion di Online Shop Yusashopy Makassar*. Skripsi. Jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah makassar. Dibimbing oleh: Ruliaty dan Aulia.**

Penelitian ini menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen fashion pada Online Shop Yusashopy Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert kepada 120 responden yang merupakan konsumen aktif Yusashopy Makassar dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  sebesar 6,796 dan signifikansi  $< 0,001$ . Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  sebesar 6,115 dan signifikansi  $< 0,001$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat persepsi konsumen terhadap citra merek dan semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, citra merek yang positif dan kualitas produk yang memadai menjadi faktor penting dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk fashion pada yusashopy makassar.

***Kata kunci*** : Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

**WINDAH NUR SYAFITRI. 2026. *The Influence of Citra merek and Product Quality on Fashion Consumers' Purchase Decisions at Yusashopy Online Shop, Makassar.* Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Ruliaty and Aulia.**

*This study analyzes the influence of brand image and product quality on consumers' purchase decisions for fashion products at Yusashopy Online Shop in Makassar. The research employed a quantitative approach. Data were collected through a Likert-scale questionnaire administered to 120 respondents who are active customers of Yusashopy Makassar and were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 31. The results indicate that brand image has a positive and significant effect on purchase decisions, with a t-value of 6.796 and a significance level of  $< 0.001$ . Product quality also has a positive and significant effect on purchase decisions, with a t-value of 6.115 and a significance level of  $< 0.001$ . These findings demonstrate that the stronger consumers' perceptions of brand image and the better the quality of the products offered, the greater their tendency to make a purchase decision. Therefore, a positive brand image and adequate product quality are key factors in encouraging consumers to purchase fashion products at Yusashopy Makassar.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality and Purchase Decision.*