

ABSTRAK

Irsalina Maulfinadifa, 1950210020, “Pengaruh *Brand Image*, *Price* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* pada Generasi Z di Kabupaten Kudus” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *price* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada generasi Z di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini yaitu *field research* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden generasi Z. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berbentuk google formulir dan diolah melalui SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (2,346) > t tabel (1,986) dengan taraf signifikansi $0,021 < 0,05$. Variabel *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (3,474) > t tabel (1,986) dengan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel *word of mouth* positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (3,948) > t tabel (1,986) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu *brand image* , *price* dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada generasi Z di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Price*, *Word of Mouth*, Generasi Z, Produk Fashion