

ABSTRAK

SHODIKUN, NIM 1720310139. Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *random sampling*. Sehingga didapatkan sampel 42 Responden. Dan subjek penelitian ini adalah Mahasiswi FEBI IAIN Kudus 2017. Teknik yang digunakan untuk menguji data dalam penelitian ini yaitu uji Validitas, uji Realibilitas, uji asumsi klasik, dan analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian hijab Zoya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.