

ABSTRAK

Farid Zustiyan (1420210179). Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab pada Konsumen Ulya Hijab di Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai : 1)Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian jilbab Ulya Hijab Kudus. 2)Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian jilbab Ulya Hijab Kudus. 3)Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jilbab Ulya Hijab Kudus.

Jenis penelitian ini adalah *field research* yang dilakukan di Ulya HijabKudus. Populasi yang digunakan sebanyak 250 orang dan sampel sebanyak 71 orang responden dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan angket. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa :1)Variabel Diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di Ulya Hijab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.985 > 1.996$) dengan sig. 0,004 ($0,004 < 0,05$). 2)Variabel Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di Ulya Hijab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.280 > 1.996$) dengan sig. 0,026 ($0,026 < 0,05$). 3)Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di Ulya Hijab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.486 > 1.996$) dengan sig. 0,001 ($0,001 < 0,05$).

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian