

## ABSTRAK

### **Sisca Apriliyana Sari, 1620210036, Minat Pembelian *Modest Fashion* ditinjau dari Kualitas Produk, *Design*, *Islamic Brand*, Distribusi, dan Gaya Hidup Masyarakat Millennial di Kudus**

Sejak munculnya beberapa sektor industri halal di dunia menjadikan ekonomi syariah berkembang sangat pesat, salah satunya yaitu *modest fashion*. Pertumbuhan industri fashion muslim Indonesia yang berada pada posisi ke dua memicu pemerintah menjadikan Indonesia sebagai pusat fashion muslim dunia. Namun, Indonesia masih banyak kekurangan seperti kualitas produk yang kurang baik, *design* yang masih etnik, *Islamic brand* yang belum banyak dikenal dunia, distribusi yang kurang mumpuni, dan gaya hidup yang berbeda tiap negara menjadi hambatan. Penelitian ini dilakukan di Kudus karena Kudus terdapat dua sunan yang termasuk dalam walisongo sehingga banyak masyarakat muslim utamanya generasi millennial sehingga minat pembelian *modest fashion* selalu tinggi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apa terdapat pengaruh kualitas produk, *design*, *Islamic brand*, distribusi, dan gaya hidup terhadap minat pembelian *modest fashion* pada generasi millennial di Kudus. Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *field research* dengan pendekatan kuantitatif yaitu melalui kuesioner pada 384 sampel dengan teknik sampling *non probability sampling* melalui *purposive sampling*. Hasil pada penelitian ini yaitu (1) terdapat pengaruh dan signifikan pada variabel kualitas produk terhadap minat pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  3,598 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,000 < \text{dari } 0,05$ . (2) terdapat pengaruh dan signifikan pada variabel *design* terhadap minat pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  2,676 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,008 < \text{dari } 0,05$ . (3) terdapat pengaruh dan signifikan variabel *Islamic brand* terhadap minat pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  2,635 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,09 < \text{dari } 0,05$ . (4) terdapat pengaruh dan signifikan variabel distribusi terhadap minat pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  6,152 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,000 < \text{dari } 0,05$ . (5) terdapat pengaruh dan signifikan variabel gaya hidup terhadap minat pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  10,601 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,000 < \text{dari } 0,05$ .

**Kata kunci:** *Modest Fashion*, Minat Pembelian, Kualitas Produk, *Design*, *Islamic Brand*, Distribusi, Gaya Hidup.