

ABSTRAK

Septi Ayu Zuliah, 1620310064, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Bahan Baku dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada UMKM ZM Hijab Jepara)

Perkembangan usaha yang semakin pesat mengakibatkan tingginya tingkat persaingan, salah satunya dalam bidang fashion muslim. Sekarang ini banyak terdapat merek fashion yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen bisa dengan mudah memilih yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Supaya konsumen berminat pada produk yang dibuat maka harus memperhatikan berbagai aspek, misalnya seperti desain produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan pembelian, konsumen akan memilih dengan kualitas bahan baku yang baik dan berkualitas. Dan dari hal itu akan menciptakan citra merek (*brand image*) yang baik bagi perusahaan. Peneliti ingin menguji Pengaruh Desain Produk, Kualitas Bahan Baku dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada UMKM ZM Hijab Jepara). Jenis penelitian yang dilakukan adalah *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen dari ZM Hijab sendiri. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi 35 pernyataan yang disesuaikan dengan variabel-variabel yang akan diteliti dan sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ZM Hijab, pernyataan ini didukung dengan hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,280 > 1,984$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,025 < 0,05$). Kualitas bahan baku berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ZM Hijab, pernyataan ini didukung dengan hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,222 > 1,984$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,029 < 0,05$). Citra merek (*Brand Image*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ZM Hijab, pernyataan ini didukung dengan hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,112 > 1,984$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,037 < 0,05$). Serta Desain Produk, Kualitas Bahan Baku, dan Citra Merek (*Brand Image*) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen, pernyataan ini didukung dengan hasil dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,678 > 2,70$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,001 < 0,05$).

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Bahan Baku dan Citra Merek.