

**ABSTRAK**

**Silfia Indah Lestari (1720310032), Pengaruh *Islamic Branding* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alfasa Hijab Kudus.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui apakah ada pengaruh *Islamic branding* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Alfasa Hijab Kudus baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini berupa penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan metode *accidental sampling*. Alat pengumpulan data yaitu berupa wawancara, dan kuesioner. Objek penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli produk alfasa hijab dan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji pra syarat, dan analisis regresi linier berganda untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan tingkat signifikan 0,05%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $3,213 > 1,985$ ) dengan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ . (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,622 > 1,985$ ) dengan nilai signifikan  $0,010 < 0,05$ . (3) *Islamic branding* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $19,968 > 3,09$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** *Islamic branding*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian