

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui desain produk, *content marketing*, dan *brand image* terhadap minat beli konsumen dalam perspektif Islam (studi kasus UD. Zaen's Collection Kudus). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *field research*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner dan wawancara, sedangkan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dimana memperoleh nilai $3,139 > 1,984$. *Content marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dimana memperoleh nilai $2,344 > 1,984$. Dan untuk variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai $7,750 > 1,984$.

Kata kunci: Desain Produk, *Content Marketing*, *Brand Image*, dan Minat Beli.

