

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Product Quality, Brand Image and Product Design on the Decision to Purchase Muslim Clothing on Zoya Products. The object of this research is the people who have bought Zoya products in the area, Jakarta and Tangerang. This research was conducted on 1504 respondents using a quantitative approach. The data collection technique used was a questionnaire and used a purposive sampling method for sampling. Analysis of the data used is SEM where data processing uses the SmartPLS version 3.0 program.*

*The results of this study indicate that product quality variables have a positive and significant influence on Muslim fashion purchasing decisions on Zoya products, brand image has a positive and insignificant effect on Muslim fashion purchasing decisions on Zoya products and product design has a positive and significant effect on Muslim fashion purchasing decisions on Zoya products. This is evidenced by the results of the bootstrap hypothesis test.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Product Design, Purchasing Decisions, Muslim Clothing, Zoya Products.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Produk Zoya. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli produk Zoya di daerah, Jakarta dan Tangerang. Penelitian ini dilakukan pada 1504 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. Analisis data yang digunakan adalah SEM dimana pengolahan data menggunakan program SmartPLS versi 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim pada produk Zoya, citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim pada produk Zoya dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim pada produk Zoya. Ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis bootstrap.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Busana Muslim, Produk Zoya.

