

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND CONSUMER CONFIDENCE IN THE DECISION TO PURCHASE MUSLIM CLOTHING AT THE SAZQIYA ONLINE SHOP

BY:

SHOFIA NUR AZIZAH

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and consumer confidence on the decision to purchase Muslim clothing at the online shop Sazqiya. The study uses a causal research design that is to determine the effect of one or more independent variables on the dependent variable by testing hypotheses with statistical tests. The population is online shop sazqiya consumers, amounting to 1073 consumers. The sampling technique in this study was nonrandom sampling, with convenience sampling techniques so that the number of samples in this study was 70 respondents. The results showed that: (1) There was a positive and significant influence between the quality of the product on the decision to purchase Muslim clothing in the Sazqiya online shop, as evidenced by the t_{count} greater than t_{table} which is $11.607 > 1,996$, the probability value (significance) = 0,000 which is in below 0.05. (2) There is a positive and significant influence between consumer trust in the decision to purchase Muslim clothing in the Sazqiya online shop, as evidenced by the t_{count} greater than t_{table} which is $5,426 > 1,996$, the probability value (significance) = 0,000 which is below 0.05. (3) There is a positive and significant influence between the quality of the product and consumer trust together on the decision to purchase Muslim clothing in the Sazqiya online shop, evidenced by the value of $F_{count} > F_{table}$ that is $270,830 > 3.13$, probability value (significance) = 0,000 which is in below 0.05. And the results of R^2 (R Square) amounted to 0.890, meaning that 89% of product quality and consumer trust contributed to the purchasing decisions, while the remaining 11% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Consumer Trust, Purchasing Decision.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DI ONLINE SHOP SAZQIYA

OLEH :

SHOFIA NUR AZIZAH

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian busana muslim di *online shop* sazqiya. Penelitian menggunakan desain penelitian kausal yaitu untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melakukan pengujian hipotesis dengan uji statistik. Populasi adalah konsumen online shop sazqiya yang berjumlah 1073 konsumen. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonrandom sampling*, dengan teknik *convenience sampling* sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian busana muslim di *online shop* Sazqiya, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.607 > 1.996$, nilai probabilitas (signifikansi) = 0.000 yaitu berada di bawah 0.05. (2) Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian busana muslim di *online shop* Sazqiya, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5.426 > 1.996$, nilai probabilitas (signifikansi) = 0.000 yaitu berada di bawah 0.05. (3) Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian busana muslim di *online shop* Sazqiya, dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $270.830 > 3.13$, nilai probabilitas (signifikansi) = 0.000 yaitu berada di bawah 0.05. Dan hasil R^2 (R Square) sebesar 0.890, artinya sebesar 89% kualitas produk dan kepercayaan konsumen memiliki kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.