

ABSTRAK

PENGARUH CITRA BRAND, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (studi Kasus Pada Hijab Zoya)

Nurhayati

Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra brand, kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Hijab Zoya. Poulasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hijab Zoya dengan sampel sebanyak 50 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *non probability sampling*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel citra brand berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat beli sebesar 1.192 dengan Sig 0.239 > 0.05, variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebesar 2.445 dengan Sig 0.018 < 0.05, variabel harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat beli sebesar 0.457 dengan Sig 0.650 < 0.05, dan variable promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebesar 2.035 dengan Sig 0.048 < 0.05. Hasil uji F menunjukkan bahwa variable citra brand, kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli sebesar 11.308 > 2.57 dengan Sig 0.000 < 0.05.

Kata Kunci: Citra Brand, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Zoya