

ABSTRAK

Novita Sari. 2021. *Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab Recharge pada Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA. (II) Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.

Kata kunci: Atribut Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya dijumpai konsumen shampo di Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang merasa salah dalam memilih shampo, khususnya konsumen wanita yang berhijab. Banyak konsumen wanita yang berhijab mengeluhkan rambutnya menjadi rusak, lembab dan mudah rontok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar atribut produk dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian shampo Sunsilk Hijab *Recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data penelitian ini adalah statistik inferensial. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SPSS 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut produk dan citra merek secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Sunsilk Hijab *Recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Perhitungan dilakukan untuk mengukur pengaruh independen dan dependen. Hasil pengujian signifikan nilai regresi sebesar 0,000. Tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,005 dan $F_{hitung} 9,124 > F_{tabel} 2,70$, maka dapat disimpulkan bahwa atribut produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.