

## ABSTRAK

**Irmaya.** 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Saudia pada mahasiswi uin Antasari Banjarmasin.* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing : Erissa Nilasari, S.P., M.P.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi atas dasar pemikiran konsumen pada produk jilbab yang banyak dijual dipasaran dan pada akhirnya mengakibatkan perusahaan satu sama lain saling bersaing dalam meningkatkan kualitas barang guna untuk mempertahankan pelanggan serta menjaga nama baik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan membeli Jilbab Saudia pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin. Sampel yang diambil berjumlah 96 responden dengan melalui penyebaran kuesioner. Alat analisis menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan membeli jilbab Saudia pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , dan nilai thitung sebesar  $6,448 > 1,984$ . Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , dan nilai thitung sebesar  $7,686 > 1,984$ . Citra merek berpengaruh terhadap keputusan membeli dapat dilihat pada nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai thitung sebesar  $8,435 > 1,984$ . Sedangkan secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian jilbab Saudia pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung  $> Ftabel$  sebesar  $30,548 > 2,70$ .