

## ABSTRAK

**Desy Faridha Ery Yanti.** 2022. *Pengaruh Product Design Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ayu By AyuLestari di Kota Banjarmasin* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Muhaimin,. S.Ag, M.A.

**Kata Kunci :** *Product Design, Brand Image* dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya permintaan hijab Ayu By Ayu Lestari sedangkan harga hijab ini sangat berbeda jauh dengan harga hijab dipasaran dengan model yang sama pada umumnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel *product design* dan *brand image* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian hijab Ayu By Ayu Lestari di Kota Banjarmasin . Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan pendekatan korelatif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* menggunakan rumus Slovin maka diperoleh 100 responden. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan *Product design* dan *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap terhadap keputusan pembelian hijab Ayu By Ayu Lestari di Kota Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan variabel *Product design* mempunyai nilai probabilitas  $0,007 < 0,05$  (signifikan) dan nilai t hitung *product design* adalah  $2,742 > 1,98472$  t tabel. Sedangkan variabel *brand image* mempunyai nilai probabilitas  $0,002 < 0,05$  (signifikan) dan t hitung *brand image* adalah  $3,121 > 1,98472$  t tabel dan *Product design* dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian hijab Ayu By Ayu Lestari di Kota Banjarmasin, dengan F hitung = 18,399 dan F tabel = 3,089 dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ .