

ABSTRAK

Ratih Ajeng Nisya N: *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Purchase Decision Zoya Muslimah Di Kota Bandung*

Penelitian ini dilakukan dengan dasar adanya kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan primer yaitu berpakaian, sehingga permintaan akan busana atau berpakaian semakin meningkat yang membuat lebih banyak persaingan antara produsen industri pakaian. Adanya persaingan dalam perusahaan industri fashion dapat mempengaruhi *Purchase Decision*. *Purchase Decision* merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku konsumen maka dari itu sebuah perusahaan harus memperhatikan perilaku konsumen.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap *Purchase Decision* produk Zoya di Kota Bandung, 2) Bagaimana pengaruh harga terhadap *Purchase Decision* produk Zoya di Kota Bandung, 3) Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap *Purchase Decision* produk Zoya di Kota Bandung yang dilakukan pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2017 dan 2018 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebar menggunakan *google form* selanjutnya jawaban dari responden dihitung dengan bantuan program SPSS 23.0.

Hasil analisis data penelitian ini adalah Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*, dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi (sig.) variabel Kualitas Produk adalah sebesar $0,002 < 0,05$. Kemudian, dalam penelitian ini variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*, dilihat dari nilai signifikansi (sig.) hasil nilai variabel Harga adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk memiliki hubungan positif koefisiensi sebesar 0,246. Harga memiliki hubungan positif nilai koefisiensi sebesar 0,351. Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* Zoya Muslimah di Kota Bandung. Hal tersebut didukung oleh hasil hipotesis secara simultan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kesimpulannya, bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* Zoya Muslimah di Kota Bandung, Harga berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* Zoya Muslimah di Kota Bandung, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan *Purchase Decision* Zoya Muslimah di Kota Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Purchase Decision*