

ABSTRAK

Banyaknya pilihan merek busana muslim saat ini, menuntut perusahaan-perusahaan busana muslim untuk selalu meningkatkan keunggulannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Rabbani cabang Kopo Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden dari populasi 8179 konsumen Rabbani cabang Kopo Bandung. Metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling*.

Berdasarkan data menggunakan analisis regresi berganda, analisis korelasi ganda dan analisis koefisien determinasi, uji hipotesis simultan dan uji hipotesis parsial, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa desain produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 64,3%. Besarnya pengaruh secara parsial desain produk adalah 18,1% dan citra merek adalah 46,2%.

Kata kunci: Desain Produk, Citra Merek dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

The many choices of brand fashion muslim currently, demanding muslim fashion companies to always improve their superiority. The purpose of this study was to determine the effect of product design and brand image on purchasing decisions on Rabbani Kopo Bandung branch. The research method used is descriptive and verification. The data collection technique used is by distributing questionnaires to 100 respondents from the population of 8179 consumers of Rabbani, Kopo Bandung branch. The sampling method uses nonprobability sampling with incidental sampling technique.

Based on the data using multiple regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis, simultaneous hypothesis test and partial hypothesis test, the results obtained indicate that product design and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions of 64.3%. The amount of influence partially product design is 18.1% and brand image is 46.2%.

Keywords : Design Product, Brand Image, and Purchasing Decisions.