

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ZOYA HIJAB  
(Studi Kasus Pada Wanita Di Kota Padang)**

**Putri Saadiyah<sup>1</sup> Linda Wati<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung hatta

Email : [putrisaadiyah2507@gmail.com](mailto:putrisaadiyah2507@gmail.com), [lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

**PENDAHULUAN**

Kemunculan tren hijab style di Indonesia merupakan salah satu fenomena di dunia muslimah yang mencuat dan masih bertahan sampai saat ini. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan. Menurut Kotler (2007) Keputusan Pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Alma (2013) citra merek merupakan tanda atau simbol yang berguna untuk memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) mendefinisikan bahwa kualitas merupakan

gambaran langsung dari suatu produk, mulai dari performa, keandalan, hingga kemudahan dalam penggunaan estetika. Menurut Sutisna (2004) Mendefinisikan gaya hidup sebagai suatu cara hidup yang diidentifikasi oleh cara seseorang dalam menghabiskan waktunya untuk beraktivitas, apa yang orang tersebut anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang orang tersebut pikirkan tentang dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya.

**METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini yaitu produk zoya hijab. populasi dalam penelitian ini adalah dari seluruh wanita di kota padang. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara

menyebarkan kuesioner kepada responden secara online menggunakan google form dengan jenis purposive sampling jumlah sampel sebanyak 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu aplikasi spss versi 23. menggunakan uji validitas angket dan reliabilitas angket, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Tabel Uji T

Variable Penelitian	Sig	Alpha	Kesimpulan
Citra merek	0,000	0,05	H <sub>1</sub> Diterima
KualitasProduk	0,045	0,05	H <sub>2</sub> Diterima
Gaya hidup	0,133	0,05	H <sub>3</sub> Ditolak

bahwa hipotesis pertama diterima, karena nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti H<sub>a</sub>diterima dan H<sub>0</sub> ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Zoya Hijab pada wanita di kota Padang. Citra merek mengindikasikan suatu

hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian. Semakin baik citra merek yang dirasakan konsumen maka keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.Hipotesis kedua diterima, karena nilai signifikan  $0,045$  yang berarti H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk

Zoya hijab pada wanita di kota Padang. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Sarini kodu (2013) yaitu Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza, menemukan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian pada mobil Toyota avanza. Hipotesis ketiga ditolak, karena nilai signifikan  $0,133 > 0,05$  yang berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Zoya hijab pada wanita dikota Padang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sweetly Jane Mongisidi (2019) yaitu pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian sepatu nike (studi kasus manado town square), menemukan hasil bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu nike dikota Manado.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Zoya hijab. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Zoya hijab. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap

keputusan pembelian Zoya hijab. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Zoya hijab. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Zoya hijab. Disarankan Zoya hijab harus mampu mempertahankan dan meningkatkan produknya, agar konsumen selalu merasa puas dan memutuskan untuk selalu berbelanja produk Zoya hijab. Proses keputusan pembelian dapat dipengaruhi melalui atribut produk, desain dan kualitas, bahwa atribut-atribut produk tersebut mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Zoya hijab dapat meningkatkan kualitas produknya dengan cara terus mengikuti tren masa kini untuk desain yang lebih menarik dari merek lain

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks

- [2] Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.3 (2019).
- [3] Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Andi. Yogyakarta.
- [4] Sutisna. 2004. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Rosda Karya. Bandung.
- [5] Setya, T. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*.
- [6] kodu , Sarini. "Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013).
- [7] Mongisidi, Sweetly Jane, Jantje Sepang, and Djurwati Soepeno. "Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)." *Jurnal EMBA:*