

ABSTRAK

Anis Rahmawati (NIM : 212296). Pengaruh *Brand Image* dan *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Produk Zoya (Studi Kasus Konsumen Zoya Kudus). Sekripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Manajemen Bisnis Syarish STAIN Kudus 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Produk Zoya (Studi Kasus Pada Konsumen Zoya Kudus). Variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah (X_1) *Brand Image* dan (X_2) *Life Style*. Sedangkan variabel *dependennya* adalah keputusan pembelian busana muslim produk Zoya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis pendekatan ini menggunakan *field research*. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *nonprobability*. Jenis sampel *nonprobability* yang digunakan adalah teknik *Insidental* dengan menggunakan sampel sebanyak 74 responden pada konsumen *outlet* Zoya Kudus. Untuk pengujian instrumen menggunakan Validitas, Realibilitas dan Uji Asumsi Klasik. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dengan uji R^2 , uji t dan uji F dengan bantuan program olah data SPSS versi 16. Hasil uji t pada penelitian ini diketahui bahwa *brand image* ($3,548 > 1,993$) dan *p value* sebesar 0.001, *life style* ($4,644 > 1,993$) dan *p value* 0,000 . Jadi *brand image* dan *life style* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya. Sedangkan uji simultan dari F hitung sebesar $30,055 >$ dari f tabel sebesar 4,98. Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh besarnya *adjusted r square* sebesar 0,443 yang berarti ada pengaruh sebesar 44,3% antara *brand image* dan *life style* berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya Kudus.