

ABSTRAK

Pertumbuhan industri tekstil di Indonesia sangatlah pesat, termasuk perusahaan yang baru berdiri maupun yang sudah ada sejak lama, termasuk produk luar maupun dalam negeri. Banyaknya pengusaha baru yang melihat peluang pada bisnis tekstil yang kemudian memulai bisnis ini, yang akhirnya persaingan antar perusahaan sangatlah besar dan ketat. Perusahaan yang ada saling memberikan inovasi yang menarik banyak konsumen. Salah satunya adalah perusahaan Klamby yang sudah berdiri sejak 2013. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen, Kualitas produk, dan Harga produk terhadap keputusan pembelian busana produk Klamby.

Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari perilaku konsumen, kualitas produk, dan harga produk yang menjadi keputusan konsumen dalam pembelian busana muslim di Indonesia. Populasi penelitian yang ada dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang ada di Klamby Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada 122 responden di Aplikasi Line@. Penelitian ini menggunakan model analisis, yaitu analisis faktor dengan model Analisis regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk Klamby adalah Perilaku Konsumen sebesar 41,2%, Kualitas Produk sebesar 32,0%, Harga Produk sebesar 35,3%, dan Keputusan pembelian sebesar 0,783.

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa semua variabel terbukti secara simultan dapat memberikan pengaruh yang positif bagi keputusan pembelian terhadap produk busana muslim Klamby.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kualitas Produk, Harga Produk.