

ABSTRAK

Di era globalisasi ini penampilan merupakan hal yang penting bagi masyarakat. sehingga kebangkitan bisnis di dunia mode sedang mengalami pertumbuhan. salah satu produk yang mengalami pertumbuhan pesat saat ini adalah busana muslim dari industri garmen. Perkembangan tren mode busana muslim ditandai dengan berbagai variasi warna dan model busana muslim yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pakaian muslim. namun, tidak semua bisnis busana muslim bertahan dan menuai kesuksesan sampai mereka menjadi bisnis terkenal karena persaingan di bidang yang sama semakin sulit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Elzatta di kota Cianjur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari jawaban responden pada pra survey dan kearsipan dari perusahaan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan kuesioner, sedangkan metode pengumpulan sampel dilakukan pada populasi yang diambil dari masyarakat Cianjur. Responden dalam penelitian ini adalah bahwa konsumen yang pernah membeli produk ataupun mengetahui betul mengenai Elzatta. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen, Elzatta

ABSTRACT

In this globalization era, appearance is important for society. So restoring business in the fashion world is on the rise. one of the products that is increasing growth today is Muslim fashion from the garment industry. The fashion development of Muslim fashion is characterized by variations in colors and models of Muslim clothing that are intended to meet the needs of Muslim consumers. however, not all Muslim fashion businesses survive and reap success until they become well-known businesses because competition in the same field is increasingly difficult. This study tries to analyze the Brand Image (Brand Image) and Product Quality of Consumer Purchase Interest in Elzatta in the city of Cianjur. The data used in this study are primary and secondary data obtained from respondents' answers in the pre-survey and archives of the company. The technique used in this study is observation, interviews and questionnaires, while the method of sample collection is done on populations taken from the Cianjur community. Respond in this study are consumers who have bought a product or know very well about Elzatta. This research uses multiple linear regression method. The results of this study indicate that Brand Image has a positive influence on Consumer Purchase Interest, and Product Quality has a positive influence on Consumer Purchase Interest, this study also shows that Brand Image and Product Quality together have a significant influence on Consumer Purchase Interest.

Key word : *Brand Image, Product Quality, Consumers Purchase Interest, Elzatta*