

## ABSTRAK

Islam mewajibkan umatnya untuk menutup aurat, salah satunya dengan menggunakan hijab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap pembelian hijab produk Elzatta di Kudus.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Elzatta Kudus. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan sampel berjumlah 100.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk hijab Elzatta di Kudus. Nilai R-square sebesar 0,667. Artinya, pada penelitian ini variasi perubahan dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebanyak 66,7%. Sedangkan, 33,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Pembelian, Elzatta

