

ABSTRAK

Perkembangan industri tekstil dan *fashion* di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan penjualan dari Sarung Gajah Duduk. Sarung Gajah Duduk merupakan merek sarung unggulan produksi dari PT.Pismatex Pekalongan. Sarung Gajah Duduk pertama kali beredar dipasaran tahun 1972. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen Sarung Gajah Duduk yang berada di Pekalongan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik penarikan sampel dengan teknik *Purposive sampling* yang dilakukan melalui cara *convenience sampling* yaitu memilih responden yang secara kebetulan di temui oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh negatif terhadap minat beli konsumen H1 ditolak. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas berpengaruh positif terhadap minat beli di terima. Hipotesis ketiga yang menyatakan harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli diterima dan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen diterima. Hasil uji koefisien determinasi menyatakan bahwa keempat variabel independen tersebut memiliki pengaruh sebesar 40,7% terhadap minat beli.

Kata Kunci : *brand image*, kualitas, persepsi harga, variasi produk, minat beli.