

## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat, menimbulkan banyak konsekuensi dalam persaingan perusahaan, perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Perusahaan dalam waktu cepat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menanggapi kebutuhan pasar. Hal ini pula yang mengharuskan setiap pelaku usaha mampu untuk memanfaatkan segi dari semua potensi dan peluang yang dimiliki. Seperti Kristanable.id yang merupakan usaha dagang bergerak di bidang fashion. Kristanable.id menjual produknya dengan cara offline dan online melalui media sosial instagram, whatsapp, dan marketplace Shopee. kualitas produk yang diberikan kristanable.id cukup berkualitas, kristanable.id dalam memilih kain terdapat kriteria khusus dengan harga dan kualitas grade A+ pada kode kain yang bagus. Dan untuk harga sendiri, kristanable.id memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian hijab pada Kristanable.id di kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini melibatkan konsumen Kristanable.id yang melakukan pembelian minimal 1 kali dalam 1 tahun terakhir. Mengenai pengambilan sampel secara *purposive sampling* sebanyak 95 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kristanable.id di Banyuwangi.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing, Dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Business competition is increasingly fierce, giving rise to many consequences in company competition, companies are required to increase their competitiveness continuously. Companies must be able to quickly change themselves to become stronger and able to respond to market needs. This also requires every business actor to be able to take advantage of all the potential and opportunities they have. Like Kristanable.id which is a trading business operating in the fashion sector. Kristanable.id sells its products offline and online via social media Instagram, WhatsApp and the Shopee marketplace. The quality of the products provided by Kristanable.id is quite high quality, Kristanable.id has special criteria in choosing fabric, with price and quality grade A+ in the good fabric code. And for the prices themselves, kristanable.id provides prices that are in accordance with the quality of the products being sold. The aim of this research is to determine the influence of product quality, price, and digital marketing on the decision to purchase hijabs at Kristanable.id in Banyuwangi district. This research uses quantitative descriptive methods. This research involved Kristanable.id consumers who made a purchase at least once in the last year. Regarding sampling using purposive sampling, there were 95 respondents. The research results show that product quality, price and digital marketing have a positive and significant effect on purchasing decisions at Kristanable.id in Banyuwangi.*

**Keywords: Product Quality, Price, and Digital Marketing, and Purchasing Decisions**

