

## ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis serta perkembangan teknologi, setiap pengusaha dipaksa untuk dapat menciptakan usaha yang unik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau pasar dengan harga dan kualitas pelayanan yang dapat bersaing. Perkembangan teknologi membuat setiap bisnis perlu beradaptasi, salah satunya sebagai opsi pemasaran usaha menggunakan *digital marketing*. “*To Help Serba Bisa*” hadir dengan harga dan kualitas pelayanan yang dapat bersaing serta adaptasi teknologi yang telah diterapkan dalam pemasarannya untuk menarik konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *digital marketing* terhadap keputusan pengguna jasa “*To Help Serba Bisa*” di Kabupaten Jember. Penelitian ini melibatkan pengguna “*To Help Serba Bisa*” yang ada di Kabupaten Jember dengan pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berjumlah 90 responden dengan kriteria pengguna *To Help Serba Bisa* dan berdomisili di Kabupaten Jember. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa “*To Help Serba Bisa*” di Kabupaten Jember, serta variabel *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa “*To Help Serba Bisa*” di Kabupaten Jember.

Kata kunci : Harga; Kualitas Pelayanan; *Digital Marketing*; Keputusan Pengguna Jasa.



## **ABSTRACT**

*Along with the increasing business competition and technological advancements, every entrepreneur is required to create a unique business that meets the needs of society or the market, with competitive pricing and service quality. Technological developments have also forced businesses to adapt, one of which is by utilizing digital marketing as a marketing strategy. “To Help Serba Bisa” offers competitive prices and service quality, as well as technological adaptation implemented in its marketing to attract consumers. The purpose of this study is to examine the influence of price, service quality, and digital marketing on the decision of service users of “To Help Serba Bisa” in Jember Regency. This study involved users of “To Help Serba Bisa” in Jember Regency with sampling using purposive sampling totaling 90 respondents with the criteria of To Help Serba Bisa users and domiciled in Jember Regency. The results of this study indicate that the variables of price and service quality do not have a significant effect on the decisions of service users of “To Help Serba Bisa” in Jember Regency, while the digital marketing variable does have an effect on the decisions of service users of “To Help Serba Bisa” in Jember Regency.*

**Keywords:** *Price; Service Quality; Digital Marketing; User Decision.*

