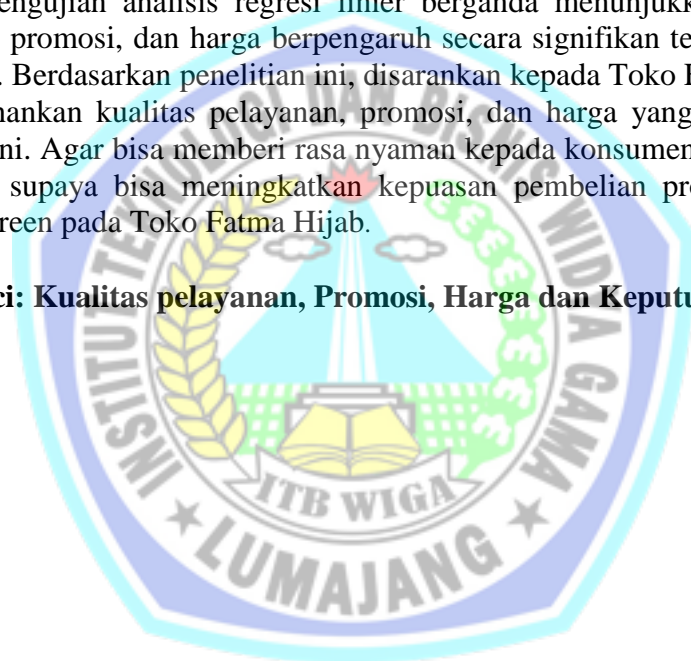


## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan dunia dan era globalisasi saat ini menyebabkan persaingan begitu ketat. Tidak hanya terjadi pada perusahaan saja, melainkan juga pada setiap instansi, dan bisnis *online*. Salah satu bisnis *fashion online* yang ada di Lumajang yaitu Toko Fatma Hijab harus mampu bersaing dengan cara meningkatkan strategi pemasarannya dengan baik agar bisa menjadi daya tarik bagi konsumen. Salah satu strategi yang dilakukannya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, promosi, dan harga harus mampu bersaing. Tinjauan dari penelitian ini yaitu pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk gamis anak merk *Khaireen* pada Toko Fatma Hijab Lumajang. Populasi penelitian ini yaitu konsumen gamis anak merk *Khaireen* 120 orang. Menggunakan metode analisis regresi linier berganda (SPSS). Pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil kualitas pelayanan, promosi, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian ini, disarankan kepada Toko Fatma Hijab harus mempertahankan kualitas pelayanan, promosi, dan harga yang sudah dilakukan pada saat ini. Agar bisa memberi rasa nyaman kepada konsumen dan menarik hati konsumen supaya bisa meningkatkan kepuasan pembelian produk gamis anak merk *Khaireen* pada Toko Fatma Hijab.

**Kata kunci: Kualitas pelayanan, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian**



## **ABSTRACT**

*The rapid development of the world and the era of globalization today have led to intense competition. Competition is not only limited to companies but also affects every institution and online business. One of the online fashion businesses in Lumajang, Fatma Hijab must be able to compete by improving its marketing strategies effectively in order to attract customers. One of the strategies they employ is by enhancing the quality of service, promotions, and competitive pricing compared to other stores. The objective of this research is to examine the influence of service quality, promotions, and pricing on the purchasing decisions of Khaireen brand children's robes at Toko Fatma Hijab Lumajang. The research population consists of 120 consumers of Khaireen brand children's robes. The analysis method used is multiple linear regression with the statistical tool SPSS. The results of the multiple linear regression analysis indicate that service quality, promotions, and pricing significantly influence purchasing decisions. Based on this research, it is recommended that Toko Fatma Hijab maintain the current level of service quality, promotions, and pricing. This is aimed at providing a comfortable and appealing experience to customers, thereby enhancing the purchasing decisions for Khaireen brand children's robes at Toko Fatma Hijab.*

**Keywords: Service Quality, Promotion, Price and Purchasing Decision**

