

## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang ketat menyebabkan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat. Salah satu bisnis usaha di bidang *fashion* di Lumajang adalah Toko Mika *Collection* yang juga harus mampu bersaing dengan cara meningkatkan strategi pemasarannya dengan baik agar menjadi daya tarik bagi konsumen. Salah satu strategi yang dilakukanyaitu dengan cara melakukan peningkatan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan harus mampu bersaing. Tujuan penelitian ini yaitu guna menguji serta melakukan analisis mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jumlah sampel 60 responden yaitu konsumen Toko Mika *Collection*. Data yang dipergunakan diperoleh melalui penyebaran kuesioner lalu dianalisis dengan regresi linier berganda. Populasi yang dipergunakan penelitian ini adalah konsumen Toko Mika *Collection* yang berjumlah 285 orang. Peneliti menggunakan *sample random sampling* untuk teknik dalam menentukan sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,090 menunjukkan keputusan pembelian dapat dijelaskan melalui variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebesar 9%. Sedangkan sisanya 91% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji pada penelitian ini.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian**

## **ABSRTACT**

*Strict business competition causes companies to have the right marketing strategy. One of the businesses in the fashion sector in Lumajang is the Mika Collection Store, which must also be able to compete by improving its marketing strategy well to become an attraction for consumers. One strategy is to improve product quality, price, and quality of service must be able to compete. The purpose of this study is to test and conduct analysis on the effect of product quality, price, and service quality on purchasing decisions. This study is quantitative with a sample of 60 respondents, namely consumers of the Mika Collection Store. The data used were obtained through the spread of the questionnaire and then analyzed with multiple linear regression. The population used by the study was 285 Mika Collection Store consumers. Researchers use random sampling for techniques in determining samples. Results from this study show that product quality has no effect on purchasing decisions, prices have an effect on purchasing decisions, and service quality has an effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R square) obtained by 0.090 shows that the purchase decision can be explained through the product quality, price, and service quality variables of 9%. The remaining 91% were influenced by other variables not tested in this study.*

***Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, and Purchase Decision***