

## ABSTRAK

Sumbangan dari sektor industri kreatif (*fashion*) terhadap PDB meningkat menjadi Rp. 524 Triliun, dan penyerapan tenaga kerja pada sektor ini memiliki persentase sebesar 32% dari total 11,8 juta orang. Sedangkan penduduk Indonesia yang mayoritasnya adalah memeluk agama Islam, yang mana memiliki persentase 87% di Indonesia. Elzatta sebagai salah satu *brand* produk busana muslim di Indonesia hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam produk busana muslim. Menjadi salah satu merek yang mendapatkan posisi TOP *Brand* selama 3 tahun berturut-turut. Dengan produk unggulan Hijab Scraf, Elzatta menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui seberapa besar harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, mengetahui tanggapan responden terhadap harga , mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas produk *scraf* , mengetahui tanggapan responden terhadap keputusan pembelian hijab *scraf* di Elzatta Bandung.

Setelah melakukan analisis deskriptif, variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga yaitu sebesar 83,111%. Akan tetapi pengaruhnya signifikan negatif dikarenakan dari hasil t-hitung sebesar -0,955. Keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan positif oleh variabel kualitas produk yang menghasilkan t-hitung sebesar +2,309. Jika pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maka menghasilkan F hitung sebesar 8,288 sehingga H1, H2, dan H3 dapat diterima dikarenakan hasilnya >3,09. Juga koefisien determinasi yang dihasilkan oleh R *square* sebesar 0,146 atau sebesar 14,6%, sedangkan sisanya sebesar 85,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.