

ABSTRAK

Diera milenial banyak sekali fesyen yang diciptakan, salah satunya tren fesyen menggunakan hijab. Banyak model hijab yang unik dan kekinian, bagi para kaum wanita, hijab selain digunakan untuk menutup aurat akan tetapi juga sebagai fesyen atau digunakan juga sebagai paduan gaya berpakaian yang kekinian. Ditandai dengan banyaknya produsen hijab yang bermunculan, dari banyaknya produsen tersebut masih ada satu produsen hijab yang mampu bertahan ditengah persaingan pasar yang sangat ketat yaitu “Rabbani” dengan produk berkualitas bagus dan harga yang terjangkau.

Penelitian ini dilakukan di Store Rabbani Bandung. Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu *teknik non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* terhadap 300 responden melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan *google form*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu program SPSS 25.

Analisis deskriptif menyatakan bahwa harga mendapat persentase sebesar 86,4% masuk dalam kategori sangat baik, sedangkan merek mendapat persentase sebesar 76,03% masuk dalam kategori baik dan kualitas produk mendapat persentase sebesar 79,15% dengan kategori baik.

Hasil penelitian ini secara simultan harga, merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, masing-masing variabel harga, merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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