

ABSTRAK

Perilaku masyarakat di era modern ini identik dengan pola hidup konsumtif dengan membeli suatu barang tanpa berfikir dengan matang. Salah satu produk yang diminati banyak orang ialah hijab, dimana hijab menjadi salah satu kebutuhan bagi banyak orang, khususnya perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab di Shoope pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 136 orang responden yang melakukan pembelian Masyarakat RW 011 yang masih belum diketahui. *Accidental Sampling* dijadikan sebagai teknik pengambilan sampel. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang telah disebar. Data yang telah diperoleh diolah menggunakan perhitungan dan pengujian dengan SPSS versi 22 menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi flash sale berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ditemukan juga hasil Citra Merek, Promosi *Flash Sale* dan Kualitas Produk memiliki pengaruh secara simultan pada keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shoope pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.

Kata kunci : Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The behavior of people in this modern era is synonymous with a consumptive lifestyle by buying goods without thinking carefully. There are many places that provide online sales services by utilizing e-commerce, one of which is Shopee which is an online sales place that provides various services that benefit consumers in making transactions. One of the products that many people are interested in is hijab, where hijab is a necessity for many people, especially women. This study aims to determine Brand Image, Flash Sale Promotion, and Product Quality on the Purchase Decision of Jasmine Hijab at Shoope in the Kelurahan Menganti Community, Kecamatan Menganti, Gresik Regency. The sample used in this study were 136 respondents who purchased the RW 011 Community which is still unknown. Accidental Sampling is used as a sampling technique. The type of data used in this study is primary data by collecting data using questionnaires that have been distributed. The data that has been obtained is processed using calculations and testing with SPSS version 22 using multiple linear regression analysis. The results of this study are that brand image has a significant effect on purchasing decisions, flash sale promotions have a significant effect on purchasing decisions, product quality has a significant effect on purchasing decisions. It was also found that the results of brand image, flash sale promotion and product quality had a simultaneous influence on the purchasing decision of Jasmine Hijab at Shoope in the Menganti Village Community, Menganti District, Gresik Regency.

Keywords: brand image, flash sale promotion, product quality, purchasing decisions