

ABSTRAK

Muhammad Khoirur Rozaq Al Marsudi (1720310026). Pengaruh *Personal Selling* dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Izza Hijab Jepara.

Bisnis hijab merupakan bisnis yang cukup menjanjikan untuk dijalankan. Salah satu bentuk dari perilaku konsumen adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi dari berbagai faktor luar dan dalam. Metode penjualan yang paling berhasil untuk diterapkan dalam penjualan adalah penjualan secara pribadi atau *personal selling*. Salah satu aspek penggerak utama dalam tingkah laku konsumen bisa berupa religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* dan religiusitas terhadap keputusan pembelian hijab pada Izza Hijab Jepara. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen pada Izza Hijab Jepara. Sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 96 orang. Alat pengambilan data ialah wawancara dan angket. Teknik analisis yang digunakan berupa analisis linear berganda dengan berbagai uji statistik menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *personal selling* dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Religiusitas, dan Keputusan Pembelian