

## **ABSTRAK**

Persaingan bisnis pada produk Al-Quran di Indonesia akhir-akhir ini telah mengalami peningkatan, sejalan dengan pertumbuhan merk Al-Quran di Indonesia. Perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan gratis ongkos kirim, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Al-Quran Al-Qori PT. Kelindo Wiro Sableng di Kota Bogor.

Populasi dalam penelitian ini adalah kosumen yang telah membeli produk Al-Quran Al-Qori di Kota Bogor dengan sampel yang ditetapkan yaitu 115 orang yang dipilih dengan purposive sampling melalui kuisioner. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner dan kemudian diolah menggunakan program SPSS 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, pelayanan gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan fit, sehingga model regresi tersebut signifikan dan layak untuk digunakan. Hasil tersebut juga berarti kualitas produk, pelayanan gratis ongkos kirim dan harga dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, gratis ongkos kirim, harga, keputusan pembelian