

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN JASA PERAWATAN SEPATU MAYSTER

Di zaman yang serba instan kini masyarakat mulai memanfaatkan segala peluang yang ada untuk membentuk suatu usaha. Mayster melihat peluang bisnis jasa perawatan sepatu *premium* pada tahun 2014 karena permintaan pasar dan tidak adanya pesaing yang bergerak di bisnis jasa perawatan sepatu di Surabaya, sehingga Mayster bisa dikatakan sebagai *pioneer* jasa perawatan sepatu *premium* di Surabaya. Keputusan pembelian pelanggan menjadi poin yang sangat penting dalam suatu bisnis untuk mempertahankan keberadaan pelanggan sehingga bisnis tersebut tetap berjalan. Hal ini mendorong Mayster untuk melakukan penelitian pengaruh *brand image*, kualitas layanan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *brand image*, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 93 responden yang merupakan konsumen Mayster. Analisis data menggunakan program SPSS dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *brand image*, kualitas layanan, lokasi, keputusan pembelian.