

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Komunikasi Mulut ke Mulut Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Layanan Jasa *Shoes and Care* di Yogyakarta)**. Subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Yogyakarta yang pernah menggunakan layanan jasa *Shoes and Care*. Objek penelitian ini adalah layanan jasa *Shoes and Care*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode penelitian pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Data diolah dengan regresi linier berganda di bantu dengan menggunakan *software IBM SPSS statistics 21*.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Komunikasi Mulut ke Mulut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Komunikasi Mulut ke Mulut, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Service Quality, Brand Image and Mouth Orders to the Purchase Decision (Study on Consumer Service Shoes and Care Service in Yogyakarta). Subjects in this study were the people of Yogyakarta who had used the services of Shoes and Care. The object of this research is service of Shoes and Care. The number of samples used in this study is 100 respondents. Sampling research method used in this study is purposive sampling, sampling techniques and data collection techniques using questionnaires. The data were processed by multiple linear regression in aids using IBM SPSS statistics 21 software.

The results of the analysis show that the Quality of Service has a positive and significant impact on purchasing decisions. Brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions. Mouth to Mouth Communication has a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Mouth Orders, Purchase Decision