

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis sepatu sangat ketat hal ini diketahui dengan munculnya puluhan merk brand baru sepatu local Indonesia. Dilihat dari sisi konsumen, komunikasi dan kualitas turut andil dalam minat konsumen sebagai penentu keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variable *Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga* terhadap *Citra merk* dan Keputusan Pembelian pada Brodo Store Surabaya. Metode penelitian kuantitatif . Populasi penelitian pengunjung yang telah berkunjung di Brodo Store Surabaya. menggunakan rumus slovin ditemukan sampel penelitian sebesar 96 responden kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan angket (kuisisioner). Hasil analisis penelitian ini menunjukkan : (1) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap citra merk, signifikansi 0.000 kurang dari 0.05. (2) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Brodo Store Surabaya, signifikansi 0.042 kurang dari 0.05. (3) Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap citra merk, signifikansi 0.001 kurang dari 0.05. (4) Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Brodo Store Surabaya, signifikansi 0.006 kurang dari 0.05. (5) Persepsi harga konsumen tidak mempunyai pengaruh terhadap citra merk, signifikansi 0.101 lebih dari 0.05. (6) Persepsi harga tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Brodo Store Surabaya, signifikansi 0.057 lebih dari 0.05. (7) Citra merk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Brodo Store Surabaya, signifikansi 0.023 kurang dari 0.05. (8) Kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Brodo Store Surabaya, signifikansi F 0.000 kurang dari 0.05.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merk dan Keputusan Pembelian