

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek, kualitas pelayanan, promosi secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hijab Saudia di Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebanyak 743 Mahasiswa. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan *accidental sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuisioner kepada 88 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek, kualitas pelayanan, promosi secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine whether brand image influences purchasing decisions, service quality influences purchasing decisions, promotions influences purchasing decisions, brand image, service quality, promotions simultaneously affect purchasing decisions at Hijab Saudia at Tokopedia. The population in this study were 743 students of the Faculty of Economics and Business Management at PGRI Adi Buana University, Surabaya. The sample collection technique used non-probability sampling using accidental sampling. The data were obtained by distributing questionnaires to 88 respondents. The data analysis technique in this study was descriptive analysis, classical assumption test and multiple linear regression analysis using the SPSS statistics application program. The results showed that: Brand image influences purchasing decisions, Service Quality influences purchasing decisions, Promotion influences purchasing decisions, brand image, service quality, promotion simultaneously influences purchasing decisions.

***Keywords:** Brand Image, Service Quality, Promotion, Purchase Decision*