

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, melalui citra merek serta kepercayaan merek pada Gracia Skin Clinic Semarang. Hasil penelitian tersebut kemudian digunakan untuk mengambil kebijakan perusahaan kedepannya sehingga dapat terus bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 pelanggan Gracia Skin Clinic Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* dalam program AMOS setelah sebelumnya dilakukan *Confirmatory Factor Analysis*.

Terdapat lima hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, dan hanya tiga hipotesis yang diterima, yaitu Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Merek. Pengaruh paling besar adalah Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan merek.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Citra Merek