

## ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian. Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Jika konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, dalam penelitian ini dianalisis melalui kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan dan persepsi harga. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi pada bengkel las “Sinar Baru”, Jl. A. Yani 14, Jepara, Jawa Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan sebelumnya diuji dengan uji instrumen dan uji asumsi klasik.

Hasil analisis dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan bahwa : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian**