

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk memperkuat keputusan pembelian jasa Urbancut barbershop. Berawal dari masalah penurunan penjualan jasa Urbancut dan dibuat pertanyaan penelitian: “Bagaimana cara memperkuat keputusan pembelian jasa Urbancut?”. Tinjauan pustaka yang dilakukan menghasilkan model penelitian untuk memperkuat keputusan pembelian melalui mediasi citra toko dengan variabel independen *social media marketing* dan *haircut quality*.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan sampel sebanyak 75 responden yang merupakan pelanggan sekaligus *follower* akun media sosial Urbancut. Menggunakan program SPSS 23 analisis yang dilakukan meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan sebesar 63% variabel keputusan pembelian dijelaskan oleh citra toko sebagai mediasi *social media marketing* dan *haircut quality* berpengaruh sebesar 44,6%. Serta pengaruh langsung *haircut quality* sebesar 38%. Keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh positif dalam memperkuat keputusan pembelian jasa Urbancut.

Kata kunci: *social media marketing, haircut quality, citra toko, keputusan pembelian.*