ABSTRAK

Perkembangan ekonomi pada saat ini mendorong timbulnya persaingan di berbagai sektor usaha, terutama pada jenis usaha yang sama, yaitu retail. Kompetisi yang ketat membuat para pelaku bisnis saling bersaing dalam meningkatkan penjualan untuk memperoleh profitabilitas yang diharapkan. Oleh karena itu, diperlukan usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen *word of mouth*, kualitas layanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling aksidental. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 konsumen Toko LEO Fashion yang terletak di Karangjati, Kabupaten Semarang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth*, kualitas layanan, kualitas produk, dan lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko LEO Fashion Karangjati – Kabupaten Semarang, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : *Word of mouth*, kualitas layanan, kualitas produk, lokasi, keputusan pembelian