

ABSTRAK

Persaingan ketat dalam bisnis toko pakaian telah membuat Toko H.A Laury Semarang mengalami penurunan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga kompetitif terhadap keputusan pembelian, dimana *citra toko* dijadikan sebagai variabel intervening antara variabel kualitas layanan dan kualitas produk. Penelitian ini dilakukan di Toko H.A Laury Semarang.

Penelitian dilakukan dengan mengambil sample menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu responden merupakan konsumen yang pernah membeli di Toko H.A Laury Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan mengisi kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Jawaban responden kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode Regresi Linier Berganda melalui program SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra toko, dan citra toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga kompetitif juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Toko, Harga Kompetitif, Keputusan Pembelian