ABSTRACT

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di kota Semarang yang menggunakan jasa perbankan syariah pada Bank Syariah Mandiri. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan jasa perbankan syariah Bank Syariah Mandiri yang diambil secara *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara.

Hasil penelitian membuktikan semua variabel independen (diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan citra merek) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Bank Syariah Mandiri. Artinya menurut konsumen ketiga variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan menggunakan jasa pada Bank Syariah Mandiri.

Kata Kunci : Diferensiasi produk, kualitas pelayanan, citra merek, keputusan pembelian