

## INTISARI

Perkembangan bisnis pada era globalisasi yang semakin membawa dampak pada persaingan yang semakin ketat dan sulit bagi perusahaan bias menembus pasar. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan berbagai sumber daya yang ada dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna memenangkan persaingan agar dapat tetap bertahan dan berkembang di dalam kuat dan ketat persaingan bisnis pada saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas layanan, citra merek, dan lokasi terhadap sebuah keputusan pembelian konsumen pada Dunkin'Donuts Basuki Rahmat Surabaya. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Dunkin'Donuts Basuki Rahmat Surabaya sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian; (2) citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian; (3) lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas layanan, citra merek, lokasi, keputusan pembelian

## ABSTRACT

The business development in the globalization era gives an impact in the tight competition and difficult for company can penetrate market. In order to deal with tight and rapid competition, every company is required to optimize the existing resources and to implement the right market strategy in order to win the competition so that it can survive and grow in tight and rapid business competition right now.

This research is meant to analyze the influence of service quality, brand image, and place to the purchasing decision at Dunkin Donuts Basuki Rahmat Surabaya. This research uses quantitative approach. The samples in this research are 100 customers who have purchased at Dunkin Donuts Basuki Rahmat Surabaya. The data collection has been done by issuing questionnaires. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions analysis. The result of this research shows that: (1) service quality has positive influence to the purchasing decision; (2) brand image has positive influence to the purchasing decision; (3) place has positive influence to the purchasing decision.

**Keywords:** Service Quality, Brand Image, Location, Purchasing Decision.

