

## ABSTRAK

Pertumbuhan industri jasa perawatan sepatu kini mulai terbentuk dan terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Salah satunya adalah DPH *shoes & care* yang bergerak dalam bidang perawatan sepatu. Kegiatan bisnis yang dilakukan DPH *shoes & care* saat ini kurang meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini tampak dari banyaknya konsumen beralih ke jasa perawatan sepatu lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, lokasi terhadap keputusan pembelian jasa pada DPH *shoes & care*.

Pemasaran merupakan suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dalam membangun hubungan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang akan dan telah menggunakan jasa dari DPH *shoes & care*. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada DPH *shoes & care* dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan  $\leq 0,05$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada DPH *shoes & care*. Perusahaan diharapkan untuk memperhatikan strategi penetapan kualitas pelayanan, promosi, lokasi agar dapat mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan jasa DPH *shoes & care*.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, promosi, lokasi terhadap keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

From time to time, shoes care service industry begins to grow and develop in number. One of them is DPH shoes & care. However, recently the business which is carried out by DPH shoes & care do not improve in quality. This fact can be seen as many consumers are switch to other shoes care services. Therefore, this research aimed to find out the effect of service quality, promotion, and location on buying decision of DPH shoes & care. Marketing is a process in which a company creates customers value from its relationships. Moreover, the population was the consumers who were going to buy and had used the service of DPH shoes & care. Furthermore, the data were primary, with non-probability sampling as its data collection technique. In line with, there were 100 respondents as sample. In addition, the research result concluded service quality, promotion, location had affected buying decision of DPH shoes & care with significance level  $<0.05$ . From the research result, the company is expected to pay attention to the strategy of determining its service quality, promotion, location in order to maintain consumers to use the services of DPH shoes & care.

Keywords: service quality, promotion, location