

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan, serta mengetahui variabel (kualitas pelayanan dan citra merek) manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan melakukan service di Dealer Nissan Datsun Siliwangi. Adapun peneliti mengambil populasi pada Dealer Nissan Datsun Siliwangi Bekasi dalam 1 bulan, disebabkan jumlah yang tidak pasti dan tidak diketahui. Maka peneliti mengambil rata-rata jumlah populasi dalam 1 bulan yaitu 70 responden. Pada Penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian(Y).

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Cita Merek, Keputusan Pembelian.