

ABSTRAK

Perkembangan zaman saat ini merubah pola kehidupan bermasyarakat termasuk dalam dunia bisnis. Aktivitas bisnis harus bisa menyesuaikan zaman agar dapat berkembang dan memenangkan persaingan pasar. Kondisi persaingan yang semakin ketat dan kompetitif dengan berbagai macam strategi dan inovasi dalam upaya menawarkan produk yang berkualitas harus tetap menjadi perhatian para pelaku bisnis. Kompetisi membuat pelaku bisnis patut memiliki pendekatan dan strategi pemasaran yang baik untuk produk maupun jasa yang ditawarkan sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan keunggulan produk atau jasa di tengah-tengah arus globalisasi dan penyebaran informasi yang cepat yang secara tidak langsung membawa dampak terhadap persaingan bagi pelaku bisnis itu sendiri. Maka dari itu, perusahaan harus memiliki strategi yang baik dalam aktivitas bisnis sehingga dapat memenangkan kompetisi pasar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan. Penelitian ini menggunakan pengujian regresi linier berganda. Populasi yang digunakan adalah para konsumen *Oreo Barbershop*. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria konsumen pernah menggunakan jasa *Oreo Barbershop* minimal satu kali dengan sampel sebanyak 180 responden. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dan kualitas layanan serta harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Layanan, Harga dan Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Current developments are changing the pattern of people's lives, including the business world. Business activities must be able to adapt to the times in order to develop and win market competition. Conditions of competition that are increasingly tight and competitive with various strategies and innovations in efforts to offer quality products must remain a concern for business people. Competition means that business people must have a good marketing approach and strategy for the products and services they offer so that consumers can easily find the advantages of products or services in the midst of globalization and the rapid dissemination of information which indirectly has an impact on competition for players. business itself. Therefore, companies must have a good strategy in business activities so they can win market competition. This research aims to determine the influence of brand image, service quality and price on usage decisions. This research uses multiple linear regression testing. The population used is Oreo Barbershop consumers. Sampling in this study used purposive sampling with the criteria that consumers had used Oreo Barbershop services at least once with a sample of 180 respondents. The results of the partial test (t test) show that brand image has no significant effect on usage decisions and service quality and price have a significant effect on usage decisions.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Price and Usage Decision