

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah bentuk pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai diantara sejumlah merek yang berbeda. Faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah brand image, brand trust, dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Visa Agent Bali, Canggu.

Penelitian ini dilakukan di Visa Agent Bali, Canggu di Jalan Raya Semat Blok CIII No.6, Canggu, Kuta Utara, Badung. Populasi yang akan diteliti adalah seluruh pelanggan Visa Agent Bali, Canggu pada tahun 2020 yang jumlahnya sebesar 2,765 pelanggan dengan metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode non-probability sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah 96 orang. Teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan *Statistical Package Social Science (SPSS) version 26.0*.

Hasil dari penelitian menunjukkan *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada Visa Agent Bali, Canggu. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada Visa Agent Bali, Canggu. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada Visa Agent Bali, Canggu.

Kata Kunci : brand image, brand trust, promosi, keputusan pembelian