

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)**



Tesis Oleh:

HERDIAN ANANTYA RISMA

01012682125024

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)

Di susun oleh :

Nama : Herdian Anantya Risma

NIM : 01012682125024

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan : Dosen Pembimbing

Tanggal : 01 – 08 – 2023 : Ketua

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

Tanggal : 01 – 08 – 2023 : Anggota

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS
PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)

Di susun oleh :

Nama : Herdian Anantya Risma

NIM : 01012682125024

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 1 Agustus 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 1 Agustus 2023



Ketua,

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

Anggota

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

Anggota

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.M
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herdian Anantya Risma

NIM : 01012682125024

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul :

Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Kasus pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)

Pembimbing:

Ketua : Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D

Anggota : H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D

Tanggal Ujian : 1 Agustus 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 1 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan



Herdian Anantya Risma

NIM. 01012682125024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

"CUKUPLAH ALLAH MENJADI PENOLONG KAMI
DAN ALLAH ADALAH SEBAIK-BAIK PELINDUNG".
(Q.S ALI 'IMRAN : 173)

Tesis ini saya persembahkan untuk :

- **Alm Nenek (Anon) Tercinta Hj. Atum binti Khalifah Nazarudin**
- **Ayahanda M. Ridwan, S.E., Ak dan Ibunda Asmawati, S.E serta Ayah mertua Purwadi dan Ibu mertua Jumiah**
- **Istri tercinta Arnita Rizki Gusmiardi, S.S**
- **Adik – Adik calon pemimpin masa depan Irsyadiyanus Fikri A.R, Shendy Amelia A.R, M. Fahrezi Rizki Apriyadi, dan M. Ardiansyah Pratama**
- **Keluarga Besar Pekanbaru dan Palembang**
- **Seluruh Teman – Teman MM 51 angkatan tahun 2021**
- **Almamater Universitas Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian tesis ini yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall). Tesis ini guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Magister Manajemen Program Strata Dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas mengenai bagaimana pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti BreadTalk di Palembang Indah Mall dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti BreadTalk di Palembang Indah Mall. Serta hasil penelitian digunakan sebagai masukan bagi pihak BreadTalk, untuk lebih sering ikut terlibat event – event sosial. Serta, petugas pelayanan dapat diberikan training dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, 1 Agustus 2023

Herdian Anantya Risma

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan tenaga, waktu, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini. Berkat bantuan Ibu, saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
2. **H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala bantuan Bapak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam menyelesaikan tesis ini. Berkat bantuan Bapak pula saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
3. **Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.M** selaku Dosen penguji terima kasih banyak atas bantuan Ibu dalam proses ujian yang dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.
4. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. **Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., IPU., ASEAN, Eng.** selaku rektor Universitas Sriwijaya.
6. **Bapak/Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, terima kasih banyak atas segala waktu, ilmu, dan pengetahuan bermanfaat yang telah diberikan selama masa perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
7. **Seluruh Staff Magister Manajemen Universitas Sriwijaya**, yang telah membantu selama masa perkuliahan baik dalam pengurusan dokumen maupun proses belajar-mengajar selama ini.

8. **Papa M. Ridwan, S.E., Ak. dan Mama Asmawati, S.E.** sebagai orangtua saya dan sosok yang menjadi motivasi terbesar dalam menempuh pendidikan S2 ini. Serta **Papa Purwadi dan Mama Jumiah** sebagai mertua saya, Terima Kasih dengan penuh kesabaran memberikan doa, nasehat, didikan, serta dukungan dalam setiap langkah, sehingga saya dapat menyelesaikan Pendidikan dengan baik.
9. **Arnita Rizki Gusmiardi, S.S.** terima kasih untuk istriku tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta motivasi untuk dapat menyelesaikan kewajiban apa yang telah dimulai sejak awal, baik perkuliahan maupun tesis ini serta selalu siap menjadi bagian dari setiap rencana dalam hidup kedepan.
10. Adik – adik tercinta, **Irsyadiyanus Fikri A.R (calon pengusaha), Shendy Amelia A.R (calon ilmuwan), M. Fahrezi Rizki Apriyadi (calon kapolda), dan M. Ardiansyah Pratama (calon engineer)** yang semoga kelak bisa menjadi pribadi yang lebih baik dari saya selaku abang, serta bermanfaat bagi Nusa dan Bangsa.
11. **Kerabat keluarga di Pekanbaru dan Palembang,** terima kasih atas semua kasih sayang dan perhatian yang diberikan, serta senantiasa memberikan dukungan dan do'a dalam menyelesaikan pendidikan ini.
12. **Seluruh teman Magister Manajemen Angkatan 51 tahun 2021,** terima kasih atas Kerjasama, semangat serta motivasinya dalam proses perkuliahan selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan Rahmat-Nya, membalas budi baik kalian dan memberkahi ilmu kita semua. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin.
13. **Group Customer Department Astra Motor,** terima kasih kepada **Bapak R. Darmawan Siswanto Pramana** yang telah memberikan motivasi awal serta mengarahkan saya untuk melanjutkan Pendidikan S2 ini. **Bapak Ardilla Rahmanda F** selaku Group Customer Manager sekaligus kakak bagi saya dimana kami sama – sama melanjutkan jenjang Pendidikan S2 di tahun angkatan yang sama di Universitas yang berbeda. **Meachel Darmawan dan Rafi Altaf Tjaputra** selaku partner di Head Office baik dalam pekerjaan maupun diluar pekerjaan.

14. **Astra Motor Sumatera Selatan**, terima kasih untuk Bapak/Ibu management serta rekan – rekan keluarga MarkeTeam HSO Palembang yang telah mengizinkan saya untuk melanjutkan Pendidikan S2 di Kota Palembang ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya, membalas budi baik kalian kepada kita semua. Aamiin.

Palembang, 1 Agustus 2023

Herdian Anantya Risma

ABSTRAK

PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)

Oleh :

Herdian Anantya Risma

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko roti BreadTalk Palembang Indah Mall. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian roti pada toko roti BreadTalk di Palembang Indah Mall pada tahun 2022. Maka, hasil perhitungan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, maka responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berusia 12 tahun keatas dan pelanggan yang pernah melakukan pembelian roti pada toko roti BreadTalk cabang Palembang Indah Mall pada tahun 2022 sebanyak 100 pelanggan. Hasil dari analisis linier berganda menunjukkan bahwa brand image dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti BreadTalk di Palembang Indah Mall. Brand Image, diharapkan BreadTalk untuk lebih sering terlibat di event – event sosial. Kualitas pelayanan, diharapkan untuk dilakukannya evaluasi terhadap petugas yang ada serta memberikan training dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Ketua

Anggota

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

ABSTRACT

EFFECTS OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS

(Case Study of the BreadTalk Bakery in Palembang Indah Mall)

Oleh :
Herdian Anantya Risma

This research was conducted with the aim of determining the influence of brand image and service quality on purchasing decisions at the BreadTalk bakery in Palembang Indah Mall. The population in this study are all consumers who purchased bread at the BreadTalk bakery in Palembang Indah Mall in 2022. So, the sample calculation results used purposive sampling technique, so the respondents in this study were customers aged 12 years and over and customers who had BreadTalk bakery purchases at the Palembang Indah Mall branch in 2022 will be as many as 100 customers. The results of multiple linear analysis show that brand image and service quality have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at the BreadTalk bakery in Palembang Indah Mall. Brand Image, it is hoped that BreadTalk will be more often involved in social events. Quality of service, it is hoped that there will be an evaluation of existing officers and provide training in providing good service to consumers.

Keywords : Brand Image, Service Quality, Purchasing Decisions

Ketua

Anggota

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

Surat Pernyataan Abstrak

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak tesis dari mahasiswa:

Nama : Herdian Anantya Risma
NIM : 01012682125024
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko Roti BreadTalk di Palembang Indah Mall)

Telah kami periksa cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua

Anggota

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

RIWAYAT HIDUP

Nama : Herdian Anantya Risma
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Pekanbaru, 23 Juli 1998
Agama : Islam
Status : Sudah Menikah
Alamat Rumah : Jl. Pertanian Perumahan Rindu Serumpun 6 Blok B.12,
Pekanbaru, Riau
Alamat Email : herdiananantyarisma@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 001 Pekanbaru (Lulusan 2011)
SMP : SMP Negeri 1 Pekanbaru (Lulusan 2013)
SMA : SMA Negeri 5 Pekanbaru (Lulusan 2015)
Universitas (S1) : Universitas Telkom (Lulusan 2019)

Riwayat Pekerjaan :

1. PT Astra International Tbk – Honda - Group Customer Spv (2019 – Sekarang)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Brand Image	13
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	13

2.1.2.2 Dimensi Brand Image.....	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.2 Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	18
2.2.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen...	18
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen	19
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.3 Jenis Dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian	41
3.4.1 Populasi Penelitian	41
3.4.2 Sampel Penelitian	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.6.1. Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7 Analisis Data Penelitian	45
3.7.1 Metode Transformasi Data	45
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.7.2.1 Uji Normalitas	46

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	47
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	47
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.7.4 Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	48
3.8 Uji Hipotesis.....	50
3.8.1 Uji Kesesuaian Model (Uji F)	50
3.8.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	51
BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil BreadTalk	52
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	53
4.2.1 Hasil Uji Validitas	54
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	55
4.3 Gambaran Profil Responden Penelitian	55
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	56
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image ...	57
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	58
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	62
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	64
4.5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	64
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²)	66
4.8 Uji Hipotesis.....	67
4.8.1 Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)	67
4.8.2 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	67

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.9.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk Cabang Palembang Indah Mall)	69
4.9.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk Cabang Palembang Indah Mall)	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lokasi Gerai BreadTalk Berdasarkan Kota di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Lokasi Gerai BreadTalk di Kota Palembang	4
Tabel 1.3 Tanggapan Konsumen Mengenai BreadTalk Palembang Indah Mall	6
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.3 Profil Responden Penelitian.....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Brand Image.....	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Profil Responden Penelitian	82
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian	83
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	86
Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era saat ini berkembang sangat pesat dan mengalami metamorposis yang bekesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada keputusan konsumen dan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama yang akan berdampak terhadap loyalitas konsumen (Kotler, 2016). Pengaruh globalisasi dalam dunia industri saat ini telah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan dituntut untuk terus dapat berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen banyak ditentukan faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen, faktor-faktor tersebut adalah harga, kualitas produk, merek, atribut, promosi dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen akan suatu produk dapat berasal dari dalam diri konsumen maupun berasal dari luar diri konsumen (Kusumastuti, 2011). Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu: 1) pengenalan masalah, 2)

pencarian informasi, 3) evaluasi alternative, 4) keputusan membeli atau tidak, 5) perilaku pasca pembelian.

BreadTalk adalah jaringan toko roti populer asal Singapura yang juga mempunyai cabang di Asia Tenggara dan Timur Tengah. BreadTalk didirikan pada tahun 6 Maret 2003 oleh George Quek, seorang wirausahawan yang sebelumnya memulai jaringan pujasera yang sukses di Singapura, Food Junction. Konsepnya berbeda dibandingkan dengan toko-toko roti lainnya pada umumnya, dengan memperhatikan penampilan toko yang dirancang agar terlihat eksklusif serta memperlihatkan dapur pembuatan roti kepada para pengunjunnya melalui kaca transparan. Berkat strategi pemasaran pelanggan (consumer marketing) yang baik, saat pertama kali dibuka, toko-toko BreadTalk sering kali dipenuhi pengunjung yang rela antri untuk mencoba produknya. Rotinya yang paling terkenal adalah roti yang dibubuhi abon di atasnya. Roti ini merupakan signature food BreadTalk dan kini banyak ditiru oleh berbagai toko-toko roti lainnya. BreadTalk di Indonesia dikelola oleh Johnny Andean.

Citra merek (*brand image*) menggambarkan sifat ekstrinsik dari suatu produk atau jasa termasuk cara dimana mereka berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Ketika suatu citra merek (*brand image*) telah mampu untuk membangun karakter produk dan memberikan *value proposition*, kemudian menyampaikan karakter produk tersebut kepada pelanggannya secara unik, berarti emosional lebih dari kekuatan rasional yang dimiliki produk tersebut. Hal ini akan membuat pelanggan mengasosiasikan hal positif dalam pikirannya ketika memikirkan *brand* tersebut. Citra merek BreadTalk

dikalangan masyarakat dengan varian roti khas abon serta kondisi dapur yang diperlihatkan ke konsumen, membuat konsumen tertarik untuk memilih BreadTalk menjadi pilihan utama dalam memilih toko roti dengan gencaran banyaknya pilihan dan persaingan bisnis toko roti yang semakin banyak di Indonesia. Tabel 1.1 adalah lokasi gerai BreadTalk berdasarkan kota di Indonesia.

Tabel 1.1. Lokasi Gerai BreadTalk Berdasarkan Kota di Indonesia

No	Pulau	Kota
1	Sumatera	Jambi
2		Palembang
3		Bandar Lampung
4		Batam
5		Medan
6		Pekanbaru
7	Jawa dan Bali	Magelang
8		Bekasi
9		Jakarta
10		Semarang
11		Bogor
12		Tasikmalaya
13		Bandung
14		Surabaya
15		Madiun
16		Yogyakarta
17		Solo
18		Jember
19		Cirebon
20		Sidoarjo
21	Kudus	
22	Purwokerto	
23	Tegal	
24	Pati	
25	Bali	
26	Sulawesi	Makassar
27		Manado
28		Gorontalo
29	Kalimantan	Palu
30		Samarinda
31		Balikpapan
32		Tarakan
33		Pontianak

Sumber Data: <https://id.wikipedia.org/wiki/BreadTalk>, diolah penulis 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1.1. di atas menunjukkan bahwa penyebaran gerai BreadTalk di Indonesia sudah hampir ada di seluruh wilayah Indonesia. Rata-rata di satu kota terdapat beberapa cabang gerai yang ada. Dengan penyebaran gerai yang ada hampir di seluruh wilayah Indonesia ini membuat nama brand BreadTalk di kalangan masyarakat umum sudah sangat dikenal. Hal ini menunjukkan bahwa BreadTalk sudah dapat diterima dikalangan masyarakat Indonesia, memiliki citra yang sudah familiar serta BreadTalk dapat bersaing dengan kompetitor jenis bakery lainnya seperti Holland Bakery, French Bakery dan sebagainya. Tabel 1.2 berikut adalah lokasi gerai BreadTalk yang ada di kota Palembang.

Tabel 1.2. Lokasi Gerai BreadTalk di Kota Palembang

No	Lokasi	Alamat
1	Palembang Indah Mall	Palembang Indah Mall Lt. 1, Jalan Letkol Iskandar No.18, 24 Ilir, Bukit Kecil, Kec. Bukit Kecil, Sumatera Selatan, https://ulasantempat.com/sumatera-selatan/breadtalk-474116
2	Palembang Square Mall	Jl. Angkatan 45 No.33, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137
3	Palembang Trade Center Mall	PTC Mall, Lantai Ground Unit GF1-7, Jalan R. Sukanto No.8A, 8 Ilir, Ilir Timur II, 8 Ilir, Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30164
4	OPI Mall	Opi Mall, Jl. Gubernur H. A Bastari, Sungai Kedukan, Kec. Rambutan, Kab. Banyuasin, Sumatera Selatan 30257

Sumber Data: Dari Berbagai Sumber, diolah 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 menunjukkan terdapat 4 gerai BreadTalk yang ada di kota Palembang. Sebelumnya ada beberapa gerai BreadTalk yang sudah tutup, yaitu BreadTalk Giant Kenten dan BreadTalk Giant Plaju. Lokasi gerai BreadTalk memang rata-rata berada di Mall. Hal ini akan lebih memudahkan konsumen untuk menemui dan membeli produk baik roti maupun kue yang ditawarkan BreadTalk.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman, A. Zeithaml, & L. Berry, 1990). Peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh karena tanpa adanya pelayanan yang tepat dan cepat, produk akan kurang diminati oleh konsumen. Salah satu model kualitas layanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *service quality*. *Service quality* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan dan diinginkan (Parasuraman, A. Zeithaml, & L. Berry, 1990). Tabel 1.3 merupakan tanggapan konsumen mengenai BreadTalk yang berlokasi di Palembang Indah Mall.

Tabel 1.3. Tanggapan Konsumen Mengenai BreadTalk Palembang Indah Mall

No	Nama	Tanggal	Tanggapan	Variabel
1	Dwi	28 Juni 2022	Kasir nya tidak sopan pake marah-marah padahal peraturan gofood ketika driver makanan udah siap ini malah marah-marah.	Kualitas Pelayanan
2	Phannyta	09 Juli 2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan pegawainya sangat tidak ramah, saya waktu itu Cuma numpang foto rotinya tapi tidak di izinkan. 2. Tujuan saya foto tersebut padahal cuma ingin bertanya kepada temen yang nitip, tapi si pegawai tersebut langsung melarang saya foto. 3. Terus terang saya merasa sangat tersinggung dengan pelayanan yang seperti ini, pegawainya mungkin gak diajarin etika dalam melayani tamu. 	Kualitas Pelayanan
3	Akbar	27 April 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rotinya beragam. 2. Rasanya kadang enak kadang nggak. 3. Karyawannya tertentu saja yang ramah. 4. Dari segi tekstur rotinya enak, suka ada promosi dan menu baru. 	Brand Image dan Kualitas Pelayanan
4	Al	08 Desember 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bayar pakai debit Mandiri di BreadTalk ini gratis roti. 2. Petugasnya ramah. 3. Rotinya masih baru. 	Kualitas Pelayanan
5	Muhammad	21 Agustus 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salah satu toko roti dengan rasa yang mantap. 2. Ditambah dapur yang bisa terlihat bagaimana proses memasak roti. 	Brand Image
6	Dewi	30 Maret 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buat belanja roti dan kue, ini adalah tempat favorit. 2. Berbagai varians rasa dan bentuk roti seperti Butter Uno, Butter Cake Coco, Chocolate, Croissant, dll ada disini. 3. Kue ulang tahun, berbagai bentuk dan varians rasa juga ada 4. Pelayanannya cepat dan ramah. 5. Harga oke dan recommend banget. 	Kualitas Pelayanan

Sumber Data: <https://ulasantempat.com/sumatera-selatan/breadtalk-474116>

Data pada Tabel 1.3. menunjukkan bahwa konsumen memberikan tanggapan mengenai pelayanan yang beragam. Dari 6 tanggapan tersebut, ada 2 tanggapan yang diberikan konsumen mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh pegawai. Hal ini dapat menjadi masukan untuk pihak BreadTalk terutama pada lokasi gerai di Palembang Indah Mall untuk pemberian pelayanan yang baik bagi konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh petugas akan sangat berdampak terhadap konsumen untuk kedepannya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan, menunjukkan bahwa brand image yang sudah familiar di kalangan masyarakat perlu menjadi tolak ukur untuk memberikan masukan bagi pihak manajemen BreadTalk untuk bisa mempertahankan citra yang sudah terjalin dengan baik dikalangan konsumen dengan gencaran persaingan bisnis roti dan kue yang semakin pesat membuat BreadTalk tetap bertahan menjadi salah satu pilihan konsumen. Selain itu, dengan tanggapan konsumen yang ada terutama pada lokasi BreadTalk di Palembang Indah Mall membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lanjut mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang mengakibatkan beberapa konsumen memberikan feedback negative terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas BreadTalk cabang Palembang Indah Mall. Maka berdasarkan fenomena yang ada, penulis akan melakukan penelitian dengan meneliti lebih lanjut mengenai brand image dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti BreadTalk cabang Palembang Indah Mall.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, didapat rumusan masalah penelitian yaitu brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada toko roti BreadTalk cabang Palembang Indah Mall. Hal ini ditunjukkan dari temuan-temuan mengenai adanya perbedaan pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Wu, Qu, Zhao, & Zhou (2022); Kebkole (2021); Anwar & Andrean (2020); Amalia (2019); Foster (2018) menunjukkan hasil bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan dari Nasution, Limbong, & Nasution (2020); Deisy, Lopian, & Mandagie (2018); Maindoka, Tumbel, & Rondonuwu (2018); Hendrianti (2018) yang menunjukkan hasil bahwa brand image berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Setyani & Prabowo (2020) menunjukkan bahwa brand image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Penelitian dari Jandri, Ali, & Salis (2022); Saputra & Ardani (2020); Andryusalfikri, Zakaria, & Marlina (2019); Utomo & Khasanah (2018); Demanda (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang berbeda juga ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2019) yang

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Polla, Mananeke, & Taroreh (2018) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan-temuan empiris sebagai variabel independen brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Roti BreadTalk Cabang Palembang Indah Mall)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada toko roti BreadTalk cabang Palembang Indah Mall)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mencari bukti empiris dengan cara menganalisis pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada toko roti BreadTalk cabang Palembang Indah Mall).

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang ada diharapkan bisa menjadi masukan untuk manajemen BreadTalk cabang Palembang Indah Mall khususnya mengenai pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi, memperluas perspektif, menambah wawasan maupun pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya tentang pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko roti BreadTalk.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 6 (2), 96–104.
- Andryusalfikri, Zakaria, W., & Marlina, W. (2019). Effect of Trust, Quality of Product and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, Vol. 3(ISSN: 2394-0913).
- Anwar, M., & Andrean, D. (2020). The Effect of Perceived Quality, Brand Image and Price on Purchase Decision. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation Accounting and Management*, Vol. 201.
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (4)(ISSN 2303-1174), 2288 – 2297.
- Demanda, F. O. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian di Throwback Coffee + Kitchen Cikarang. *Jurnal President University*.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Gunaedi, J. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, Vol. 4 (2).
- Firmanto, Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3 (1)(ISSN 2579-4892).
- Foster, B. (2018). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2(ISSN: 2378-7031).
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Bandung. *E-Proceeding of Management*, Vol. 8 (4)(ISSN: 2355-9357).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam. *Jurnal Ekobisma*, Vol. 6 (2).

- Hanifati, F., & Waluyo, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Gracia Skin Clinic Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Polite*, 1–15.
- Haqiqi, F., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 9 (4)(ISSN: 2461-0593).
- Hendrianti, I. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi Pada Konsumen Toko Ecayo Tamaha Musik di Bandar Lampung). *Diponegoro Journal of Social and Politics*, 1–5.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Polite*, 1–8.
- Irana, D., & Hidayat, D. L. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Iman*, Vol. 5 (1)(ISSN 2355-1488), 15–24.
- Jandri, D., Ali, A., & Salis, M. (2022). Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga Jual dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada Toko Reza Bangunan di Airtiris. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*.
- Juliany, E. (2021). Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Rantauprapat (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, Vol. 2 (1)(ISSN: 2746-2137).
- Kebkole, V. I. (2021). Pengaruh Brand Image, Kemenarikan Produk dan Foreign Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Breadtalk (Studi kasus pada Breadtalk Lippo Plaza Bogor 2). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Intoducing Prentice Hall* (12th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, M. (2013a). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Edisi 4). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2013b). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Lee, S., & Lawson, B. A. (2011). Perceived Dynamic: Pricing. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, Vol. 2 (2).

- Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (3)(ISSN: 2303-1174), 1518 – 1527.
- Manyu, A., Saroh, S., & Zunaidah, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian KFC (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Kota Malang di Masa PPKM). *JIAGABI*, Vol. 11(ISSN: 2302-7150), 253–262.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, Vol 7 (1).
- Novansa, H., & Ali, H. (2018). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, (ISSN: 2415-6256).
- Novita, M. D., Ujianto, & Panjaitan, H. (2019). The Influence of Product Quality, Brand Image and Product Attraction Purchase of Impulsif Purchases and Its Impact on Intention To Buy Ajifol Liquid Organic Fertilizers in East Java. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, Vol. 2(ISSN: 2379-106X), 70–75.
- Parasuraman, A., A. Zeithaml, V., & L. Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, B. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal Of Marketing*, Vol. 49, 41–50.
- Perdana, K. E., & Nanang, W. (2018). Purchase Decision of Chemical Compound Fertilizers by White Pepper Farmers. *RJOAS Journal*, Vol. 4(76). <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-04.30>
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (4)(ISSN 2303-1174), 3068 – 3077.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7 (2)(ISSN (Online): 2337-3792), 1–11.
- Rafi, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–7.

- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 1 (2)*(ISSN: 2622-6367).
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9 (7)*(ISSN: 2302-8912), 2596–2620.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding SENDIU*, (ISBN: 978-979-3649-72-6).
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business*.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 6 (4)*(ISSN: 2303-1174), 3843 – 3852.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, S. A., & Hartelina. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak. *Yume: Journal of Management, Vol. 4 (1)*(ISSN: 2614-851X), 187–196.
- Utomo, D. P., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Pelanggan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Super Sambel Semarang Cabang Lamper). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 7 (4)*(ISSN: 2337-3792), 1–11.
- Utomo, P. B., & Waluyo, H. D. (2018). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Studi Kasus (Penumpang KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–5.
- Wu, L., Qu, Y., Zhao, S., & Zhou, S. (2022). The Impact of Brand Image on Laptop Purchasing Intention. The Moderating Role of Consumer Ethnocentrism. *International Journal of Business, Economics and Management, Vol. 9(1)*(ISSN: 2312-0916), 1–19.
- Zeithaml, V., Bitner, & Gremler. (2013). *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across The Firm* (Sixth Edit). New York: McGarw Hill.