

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada KedaiKopi Goud Koffie Tulungagung)” ini ditulis oleh Novita Sari Pratiwi, NIM. 12402183277, dengan pembimbing Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, S.E.,M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan kedai kopi di Tulungagung yang terbilang sangat ketat, dikarenakan jumlah kedai kopi yang sangat banyak. Memiliki beberapa pesaing potensial yang memiliki segmen dan strategi pemasaran yang sama untuk meraih minat beli konsumen. Guna meningkatkan minat beli kedai kopi maka *brand image* dan kualitas pelayanan perlu di perhatikan, dengan adanya permasalahan tersebut, pemilik berupaya untuk terus meningkatkan *brand image* serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar terciptanya rasa minat beli konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen Goud Koffie Tulungagung (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Goud Koffie Tulungagung (3) Bagaimana pengaruh *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Goud Koffie Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Teknik yang dipakai dalam pengambilan sampel *non-probability sampling*. Dengan teknik sampling *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen kedai kopi Goud Koffie Tulungagung. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji analisis linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi (R^2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada kedai kopi Goud Koffie Tulungagung, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada kedai kopi Goud Koffie Tulungagung, (3) *Brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap minat beli konsumen pada kedai kopi Goud Koffie Tulungagung.

Kata kunci : *brand image*, kualitas pelayanan, minat beli

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Brand Image and Service Quality on Purchase Intention" was written by Novita Sari Pratiwi, NIM. 12402183277, with the supervision of Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, S.E., M.M.

This research is motivated by the competition for coffee shops in Tulungagung, which is very tight due to the large number of coffee shops. There are several potential competitors who have the same segment and marketing strategy to reach consumer buying interest. In order to increase the interest of coffee shops, the brand image and service quality need to be considered. With these problems, the owner seeks to continue to improve the brand image and quality of services provided to consumers in order to create a sense of consumer purchase intention.

The formulation of the problems in this study are: (1) How is the influence of brand image on purchase intention at Goud Koffie Tulungagung (2) What is the effect of service quality on consumer purchase intention at Goud Koffie Tulungagung (3) How is the influence of brand image and service quality on purchase intention at Goud Koffie Tulungagung?

This research uses a quantitative approach with associative quantitative research. The technique used in sampling is non-probability sampling. By using the accidental sampling technique, The number of samples used was 100 respondents who were consumers of Goud Koffie Tulungagung coffee shops. The data analysis technique used included the data instrument test, classic assumption test, multiple linear analysis test, hypothesis test, coefficient of determination test (R^2)

The results of this study indicate that: (1) brand image has a significant effect on purchase intention at Goud Koffie Tulungagung; (2) service quality has a significant effect on purchase intention at Goud Koffie Tulungagung; and (3) brand image and service quality have a significant effect on purchase intention at Goud Koffie Tulungagung.

Keywords: *brand image, service quality, purchase intention*