

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Di Sego Babat Mbakyu Tulungagung”, ditulis oleh Gandung Rochman Yuansyah, NIM 12405183357. Pembimbing Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat salah satunya adalah bisnis kuliner Sego Babat Mbakyu Tulungagung yang menjual berbagai olahan babat masakan khas Madura. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perencanaan strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian di Sego Babat Mbakyu Tulungagung? 2) Bagaimana implementasi strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian di Sego Babat Mbakyu Tulungagung? 3) Bagaimana evaluasi strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian di Sego Babat Mbakyu Tulungagung?

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian teknik analisa data yang digunakan peneliti adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Perencanaan strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Sego Babat Mbakyu guna mencapai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah mengidentifikasi target pelanggan, menentukan tujuan akhir bisnis, membentuk citra merek, dan mengembangkan atau menginformasikan pesan utama pemasaran dan menyesuaikan target pelanggan, merencanakan tata letak dekorasi agar ruangan menjadi nyaman mungkin, dan mempertimbangkan pelayanan mereka berdasarkan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan, keyakinan dan empati kepada pelanggan. 2) Implementasi strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Sego Babat Mbakyu guna mencapai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah membuat iklan atau promosi, sosialisasi produk dan pemberian sampel produk, mendesain tempat agar nyaman bagi pengunjung, mengatur tata cahaya dan suhu ruang, serta melakukan pelayanan dengan cepat, keyakinan dan empati kepada pelanggan. 3) Evaluasi strategi *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Sego Babat Mbakyu guna mencapai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah memberikan masukan untuk kelanjutan, perluasan dan penghentian program, memberi masukan untuk memodifikasi program, memperoleh informasi tentang faktor pendukung dan penghambat program, mengevaluasi suasana toko, wewangian, suhu udara, pencahayaan dan tata letak, serta kecepatan dalam pelayanan, kemudahan pelanggan dalam menyampaikan keluhan, penampilan karyawan, pemberian diskon, sikap simpatik yang dilakukan oleh karyawan.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Kualitas Pelayanan*, *Store Atmosphere*, *Strategi*

ABSTRACT

The thesis entitled "Brand Image Strategy, Store Atmosphere and Service Quality In Determining Purchase Decisions At Sego Babat Mbakyu Tulungagung", written by Gandung Rochman Yuansyah, Student Registered Number 12405183357. Supervised by Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the rapid development of the culinary business, one of which is the culinary business of Sego Babat Mbakyu Tulungagung which sells various processed tripe typical of Madura. The problem formulations of this research are: 1) How is the strategic planning of Brand Image, Store Atmosphere and service quality in determining purchasing decisions at Sego Babat Mbakyu Tulungagung? 2) How is the implementation of the Brand Image, Store Atmosphere and service quality strategy in determining purchasing decisions at Sego Babat Mbakyu Tulungagung? 3) How to evaluate the strategy of Brand Image, Store Atmosphere and service quality in determining purchasing decisions at Sego Babat Mbakyu Tulungagung?

The research method used by the researcher is a qualitative method. Data collection techniques used by researchers for this study were interviews, observation and documentation. Then the data analysis technique used by the researcher is data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: 1) Strategic planning of Brand Image, Store Atmosphere and service quality carried out by Sego Babat Mbakyu in order to achieve purchasing decisions made by consumers is to identify target customers, determine the ultimate goal of the business, form a brand image, and develop or inform marketing key messages and tailoring to target customers, planning decoration layouts to make the room as comfortable as possible, and considering their services based on employees' ability to help customers, confidence and empathy for customers. 2) Implementation of the Brand Image, Store Atmosphere and service quality strategies carried out by Sego Babat Mbakyu in order to achieve purchasing decisions made by consumers are making advertisements or promotions, product socialization and product sampling, designing places to be comfortable for visitors, arranging lighting and room temperature, as well as providing fast, confident and empathetic service to customers. 3) Evaluation of the Brand Image, Store Atmosphere and service quality strategies carried out by Sego Babat Mbakyu in order to reach purchasing decisions made by consumers is to provide input for the continuation, expansion and termination of the program, provide input to modify the program, obtain information about supporting and inhibiting factors program, evaluating store atmosphere, fragrances, air temperature, lighting and layout, as well as speed of service, ease of customers in submitting complaints, employee appearance, giving discounts, sympathetic attitude made by employees.

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Store Atmosphere, Strategy.*