

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Seblak Mantan Jombang” ini ditulis oleh Nur Afifah, NIM. 126405201055 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Jombang yang semakin meningkat sehingga para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan penjualannya. Namun hal tersebut memiliki banyak kendala dikarenakan banyak industri kuliner yang membuat konsumen mudah beralih ke kompetitor. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat guna mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian. strategi tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, citra merek, promosi, dan lokasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan Jombang 2) Untuk mengkaji pengaruh citra merek secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan Jombang 3) Untuk mengkaji pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan Jombang 4) Untuk mengkaji pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan Jombang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non probability* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 80 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Restoran Seblak Mantan. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linear berganda yaitu untuk menguji validitas dan reliabilitas data, menguji multikolinieritas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji simultan dan uji parsial, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi untuk membuktikan hipotesis penelitian menggunakan IBM SPSS 22.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan 2) citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Seblak Mantan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Service Quality, Brand Image, Promotion, and Location on Purchasing Decisions at the Seblak Restaurant, Former Jombang" was written by Nur Afifah, NIM. 126405201055 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Sc.

This research is motivated by the increasing development of the culinary business in Jombang Regency so that business people are trying to increase their sales. However, this has many obstacles because many culinary industries make it easy for consumers to switch to competitors. For this reason, the right strategy is needed to retain consumers and increase purchasing decisions. This strategy can be carried out by improving service quality, brand image, promotion and location.

The objectives of this research are 1) To determine the significant influence of service quality on purchasing decisions at the Seblak Mantan Jombang Restaurant 2) To determine the significant influence of brand image on purchasing decisions at the Seblak Mantan Jombang Restaurant 3) To determine the significant influence of promotions on purchasing decisions at the Seblak Restaurant, Former Jombang 4) To find out the significant influence of location on purchasing decisions at the Seblak Restaurant, Former Jombang.

The research method used in this research is a quantitative method with an associative type of research. The sample used is non-probability with quota sampling technique. The total sample was 80 respondents. This research uses primary data obtained by distributing questionnaires to consumers of the Seblak Mantan Restaurant. This research uses data analysis with multiple linear regression, namely to test the validity and reliability of the data, test multi-linearity, multiple linear regression test, hypothesis test which includes simultaneous and partial tests, classic assumption test which includes normality, heteroscedasticity and autocorrelation tests to prove the hypothesis. research using IBM SPSS 22.

The results of this research are 1) service quality, promotion and location do not significantly influence purchasing decisions at the Seblak Mantan Restaurant. 2) brand image significantly influences purchasing decisions at the Seblak Mantan Restaurant.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Promotion, Location, Purchasing Decision