

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI GOJEK
DI KECAMATAN BULELENG**

Oleh

Dewa Made Hary Andhika, NIM 1917041123

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (2) citra merek terhadap keputusan pembelian (3) kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada aplikasi Gojek di Kecamatan Buleleng. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah citra merek, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gojek (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gojek (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gojek di Kecamatan Buleleng.

Kata kunci : citra merek, keputusan pembelian, kualitas pelayanan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) brand image and service quality on purchasing decisions (2) brand image on purchasing decisions (3) service quality on purchasing decisions. The subjects of this study are consumers who make purchases on the Gojek application in Buleleng District. While the objects of this research are brand image, service quality, and purchasing decisions. The research design used is causal quantitative research. The data collection technique in this study was using a questionnaire, then the data was analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that (1) brand image

and service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions on the Gojek application (2) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions on the Gojek application (3) service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions on Gojek application in Buleleng District.

Keywords : Brand Image, Purchase Decision, Service Quality.

