

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP

**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BCC *CAFE*
DI KELAPA GADING JAKARTA**

Oleh :

Nama: Jessica Samantha

NIM: 73200175

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *BCC CAFE* DI KELAPA GADING JAKARTA

Diajukan Oleh:

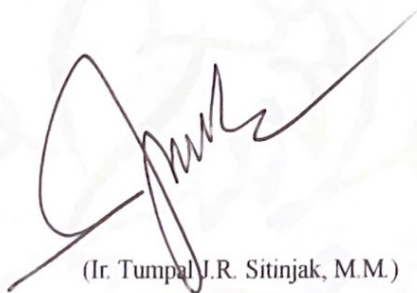
Nama : Jessica Samantha

NIM : 73200175

Jakarta, 19 Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitingak, M.M.)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2024

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Jessica Samantha / 73200175 / 2024 / Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BCC Cafe di Kelapa Gading Jakarta / Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Pada masa era globalisasi yang kian berkembang, sektor bisnis, terutama industri layanan seperti industri kuliner, mengalami tantangan yang semakin kompleks dan kompetitif. Namun, pertumbuhan bisnis di bidang kuliner yang semakin maju menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena adanya pemain baru yang menyediakan layanan dan produk yang sejenis. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, faktor-faktor seperti *brand image* dan kualitas layanan merupakan suatu hal penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian BCC Cafe di Kelapa Gading Jakarta.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori *brand image*, kualitas layanan, dan keputusan pembelian. Kemudian penelitian ini didukung oleh teori mengenai hubungan antar variabel serta penelitian terdahulu.

Objek penelitian ini adalah BCC Cafe. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Form* kepada 155 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 25*.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas layanan dan keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang telah diteliti telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. Saran dari penelitian ini,

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian.

1. Diteliti dan disetujui oleh dosen pembimbing.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Jessica Samantha / 73200175 / 2024 / *The Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Decision in BCC Cafe Kelapa Gading Jakarta* / Advisor: Ir. Tumpal J.R. Sijajak, M.M.

In the increasingly developing era of globalization, the business sector, especially service industries such as the culinary industry, faces increasingly complex and competitive challenges. However, the advancing growth of businesses in the culinary field leads to tighter competition due to the emergence of new players offering similar services and products. In facing this intensifying competition, factors such as brand image and service quality are crucial in influencing consumer purchasing decisions. Therefore, this research aims to determine the influence of brand image and service quality on purchasing decisions at BCC Cafe in Kelapa Gading, Jakarta.

The theory used to support this research is the theory of brand image, service quality, and purchasing decisions. Then this research is supported by theory regarding the relationship between variables as well as previous research.

The object of this research is BCC Cafe. The data collection technique used in this research is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Form to 155 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is multiple linear regression analysis using SPSS 25 software.

The resulting output shows that brand image, service quality and purchasing decisions have a positive influence on purchasing decisions.

The conclusion of this research is that all hypotheses that have been studied have been proven to have a positive and significant influence. Suggestions from this research,

Keywords: Service Quality, Brand Image, Purchase Decision.

1. Hak cipta ini dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) dan dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BCC *Cafe* di Kelapa Gading Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat bantuan, dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir masa kuliah.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, memberi semangat, dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Christopher Valentino, Khelzia Angeline, Wynne Pratiwi, Angelia Marvella, Adeline Mortina dan Aurelia Meagan selaku sahabat penulis yang senantiasa mendukung dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.



6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 19 Maret 2024

Penulis

Jessica Samantha

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Perumusan Masalah	6
1.6 Tujuan Penelitian.....	6
1.7 Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teoritis	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Kualitas Layanan	13
2.1.3 <i>Brand Image</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Desain Penelitian	28
3.2.1 Tingkat Perumusan Masalah	28
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.2.3 Pengendalian Variabel	28
3.2.4 Tujuan Studi.....	29
3.2.5 Dimensi Waktu.....	29
3.2.6 Ruang Lingkup Topik Bahasan	29
3.2.7 Lingkungan Penelitian	29



3.2.8 Persepsi Subjek.....	30
3.3 Variabel Penelitian	30
3.3.1 <i>Brand Image</i> (X ₁)	30
3.3.2 <i>Kualitas Layanan</i> (X ₂)	31
3.3.3 Keputusan Pembelian (Y)	32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.6.2 Analisis Deskriptif	36
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	38
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.5 Uji F.....	40
3.6.6 Uji t.....	40
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi.....	41
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.3 Hasil Penelitian	47
4.3.1 Analisis Deskriptif	47
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.4 Pembahasan.....	54
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BCC Cafe	55
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BCC Cafe.....	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperjualbelikan atau menyewakan hak cipta ini kepada pihak lain tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Pertama	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Kedua.....	23
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Ketiga	24
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Keempat.....	24
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Kelima	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Brand image.....	30
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	31
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.5 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% untuk <i>Brand Image</i>	47
Tabel 4.6 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% untuk Kualitas Layanan.....	48
Tabel 4.7 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% untuk Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Kelayakan Model	53
Tabel 4.11 Hasil Uji t	53



DAFTAR GAMBAR



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.1 10 Provinsi dengan Jumlah Usaha Penyedia Makanan & Minuman terbanyak	1
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Keluhan Konsumen pada BCC Cafe di Google Review.....	3
Gambar 1.3 Tangkapan Layar Keluhan Konsumen pada BCC Cafe di Google Review.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo BCC Cafe.....	43

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 2 : Data Pra Kuesioner (30 Responden)	65
Lampiran 3 : Data Kuesioner Responden	68
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reabilitas	78
Lampiran 5 : Hasil SPSS Uji Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95%.....	80
Lampiran 6 : Hasil SPSS Uji Linear Berganda, Multikolinearitas, Uji t	82
Lampiran 7 : Hasil SPSS Uji F.....	83