

**Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen
(Studi Kasus Pada Alfacart.com)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra merek, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian, serta bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Alfacart.com. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas pelayanan, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi atau melakukan transaksi pembelian di website *e-commerce* Alfacart.com. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi atau melakukan transaksi pembelian di website *e-commerce* Alfacart.com sebanyak 100 konsumen. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.19.00*.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfacart.com. Sedangkan besarnya pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 62,1%.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

***The Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchasing
Decisions
(Case Study at Alfacart.com)***

ABSTRACT

This study aims to determine how the brand image, service quality, and purchasing decisions, as well as how the influence of brand image and service quality on purchasing decisions on Alfacart.com. The independent variable in this study is brand image and service quality, while the dependent variable in this study is the purchase decision. The factors tested in this study are brand image and service quality as independent variables. While the purchase decision as the dependent variable.

The research method used in this research is descriptive and verification methods. The population in this study are consumers who have visited or made a purchase transaction on the Alfacart.com e-commerce website. The sampling technique used in this study is probability sampling with a simple random sampling technique, so that the number of samples in this study are consumers who have visited or made a purchase transaction on the Alfacart.com e-commerce website as many as 100 consumers. While the analytical method used in this study is multiple linear regression analysis at a significance level of 5%. The program used in analyzing data uses Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 19.00.

Based on the results of research partially and simultaneously shows that brand image and service quality affect purchasing decisions at Alfacart.com. While the magnitude of the influence of brand image and service quality in contributing influence to purchasing decisions is 62.1%.

Keywords: Brand Image, Service Quality, and Purchasing Decisions.