

## **ABSTARCT**

### ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, PRODUCT QUALITY, AND QUALITY OF SERVICE TO PURCHASE DECISIONS***

*(Study of Creative Industries in Culinary Sub Sector in Lampung)*

**By**

**Tiara Septia Roza**

*This study aims to determine the magnitude of the influence of Brand Image, Brand Ambassadors, Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions on culinary industry creative players in Lampung. This type of research is an explanatory research with a quantitative approach. The population is Geprek Benu consumers with a sample of 100 respondents with accidental sampling technique. The data collection method uses a questionnaire. Analysis of research data using descriptive analysis and multiple linear regression analysis using the SPSS 23 application. Based on the results of the study it can be seen that partially Brand Image has no significant effect on purchasing decisions while Brand Ambassador, Product Quality and Service Quality have a significant effect on Purchasing Decisions. While simultaneously, the variable Brand Image, Brand Ambassador, Product Quality, and Service Quality significantly influence the Purchasing Decision. Coefficient of  $R^2$  value by looking at the value of R Square of 0.478 or 47,8%.*

*Keywords : Brand Image, Brand Ambassador, Product Quality and Service Quality and Purchasing Decisions*

## ABSTRAK

### **PENGARUH CITRA MEREK, *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pelaku Industri Kreatif Sub Sektor Kuliner di Lampung)

Oleh

**Tiara Septia Roza**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Merek, *Brand Ambassador*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada pelaku industri kreatif sub sektor kuliner di Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research* dengan metode pendekatan kuantitatif. Populasi merupakan konsumen Geprek Benu dengan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara parsial Citra Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan *Brand Ambassador*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara simultan, variabel Citra Merek, *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien  $R^2$  dengan melihat nilai R Square sebesar 0.478 atau 47,8%.

**Kata kunci : Citra Merek, *Brand Ambassador*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian**