

ABSTRAK

Risalatun Hikmah, Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere dan Kualitas Layanan dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian pada restoran Oliv Geprek Ekspres menurut Perspektif Syariah.

Restoran Oliv Geprek Ekspres memiliki pengelolaan usaha yang belum berkembang secara optimal dan maksimal dalam menjalankannya. Hal ini membuat peneliti melakukan penelitian mengenai brand image, store atmosphere dan kualitas layanan yang diberikan restoran Oliv Geprek Ekspres.

Penelitian ini menggunakan jenis kerja lapangan (field reseach) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini seluruh customer restoran Oliv Geprek Ekspres dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 94 orang. Teknik penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, dengan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji prasyarat menggunakan uji normalitas, multikoloneoritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya untuk analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand image (X1) nilai hitung sebesar 2,193 lebih besar dari 1,987 dengan taraf signifikansi sebesar $0,031 > 0,05$. Dengan demikian brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Store Atmosphere(X2) nilai sebesar 2,138 lebih dari sebesar 1,987 dengan taraf signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$. Dengan demikian store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan (X3) nilai sebesar 4,156 lebih dari sebesar 1,987 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sebesar 82,835 dan sebesar 2,705 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa brand image, store atmosphere dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di restoran Oliv Geprek Ekspres Demaan, Kudus.

Kata kunci : Brand image, store atmosphere, kualitas layanan dan keputusan pembelian.