

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen 2020

Yoga Nugraha

120.2013.143

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Iklan Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Penggunaan Aplikasi Go-Ride Serta Tinjauannya Dari
Sudut Pandang Islam**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan iklan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian adalah pengguna aplikasi Go-ride Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial), uji F (simultan) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. (3). Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas Pelayanan, Label halal, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Faculty Of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2020

Yoga Nugraha

120.2013.143

The Influence of Brand Image, Service Quality and Advertising on Purchasing Decisions on the Use of the Go-Ride Application and Its Overview from an Islamic Perspective

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, service quality, and advertising on purchasing decisions. The population in this study were users of the Jakarta Go-ride application. The sampling technique used is Non-Probability Sampling. The number of respondents in this study was 100 respondents. Data were collected using a purposive sampling method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is multiple regression analysis, t-test (partial), F test (simultaneous), and the coefficient of determination. The results showed that: (1) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Service Quality has a positive and significant effect on brand transfer decisions. (3). Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) simultaneously all independent variables have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand image, Service Quality, Halal Label, Price and Purchase Decision.*