

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken Bandar Kediri)

Mevika Happy Saputri

mevikahappy05@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : 1. Endang Triwidyati, SE, MM
2. Priyo Prasetyo, SM, MM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen Rocket Chicken di Bandar Kediri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t sebesar 8,545 dan signifikansi 0,000. Pengalaman pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t sebesar 3,235 dan signifikansi 0,002. Secara simultan, citra merek dan pengalaman pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F sebesar 101,148 dan signifikansi 0,000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjaga citra merek, meningkatkan kualitas pelayanan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang baik agar keputusan pembelian konsumen meningkat serta mampu memperkuat daya saing perusahaan di tengah persaingan bisnis makanan cepat saji yang semakin ketat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Pengalaman Pelanggan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image and Customer Experience on Purchase Decisions (A Study on Consumers of Rocket Chicken in Bandar Kediri)

Mevika Happy Saputri
mevikahappy05@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : 1. Endang Triwidyati, SE, MM
2. Priyo Prasetyo, SM, MM

This study aims to determine the influence of brand image and customer experience on the purchasing decisions of Rocket Chicken consumers in Bandar Kediri. The study used a quantitative approach with a purposive sampling technique involving 100 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale of 1–5 and analyzed using SPSS through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination tests. The results showed that brand image had a significant effect on purchasing decisions with a t-value of 8.545 and a significance value of 0.000. Customer experience also had a significant effect on purchasing decisions with a t-value of 3.235 and a significance value of 0.002. Simultaneously, brand image and customer experience significantly influenced purchasing decisions with an F-value of 101.148 and a significance value of 0.000. The findings indicate that companies need to maintain brand image, improve service quality, and create positive customer experiences to increase consumer purchasing decisions and strengthen competitiveness in the increasingly competitive fast-food business industry. This study is expected to serve as a reference for companies in improving marketing strategies and service quality for consumers.

Keywords: *brand image, customer experience, purchasing decisions*