

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET MARTABAK
KINGDOM DI NGANJUK**

PUTRI EKA YUNITA ANDRIYANI

17419206

Email : putrieya11@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Soedjiono M.M.
2. Dr. Enni Sustiyatik, S.E M.M.

Di masa pandemi seperti tahun ini banyak sekali perusahaan yang sedang mengalami krisis pendapatan dan melakukan perumahan pekerja untuk waktu yang tidak menentu. konsumen lebih cenderung untuk mempercayai produk dengan merek yang disukai atau terkenal. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dari *brand image*, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Martabak Kingdom di Nganjuk secara parsial dan simultan. Jumlah responden penelitian adalah 96 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Variabel *Brand Image* memiliki pengaruh (3,602), Harga memiliki pengaruh sebesar (2,909) dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar (2,487) secara parsial dan (95,693) secara simultan terhadap keputusan pembelian martabak kingdom di Nganjuk.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian