

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
STARBUCKS KAMBANG IWAK PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan oleh:

RISKIYANTIWI

NPM 1901110561

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2023

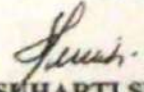
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Riskiyantiwi
Nomor Pokok : 19.01.11.05.61
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPUASAN
PELANGGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS
KAMBANG IWAK PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 18.10.2023 Pembimbing I : 
: SYAIFUL SAHRI SE, M.Si
NIDN : 0212116401

Tanggal 18-10-2023 Pembimbing II : 
: SUHARTI SE, MM
NIDN : 0220086501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Tanggal: 18.10.2023

Ketua Program Studi
Tanggal: 18.10.2023



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.St., Ak. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

88 /PS/DFEB/ 23

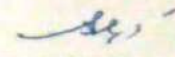
ii

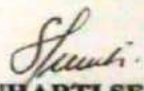
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riskiyantiwi
Nomor Pokok : 19.01.11.05.61
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN KEPUASAN
PELANGGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS
KAMBANG IWAK PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 18-10-2023 Ketua Penguji :  : SYAIFUL SAHRI SE., M.SI
NIDN : 0212116401

Tanggal 18-10-2023 Penguji I :  : SUHARTI SE.MM
NIDN : 0220086501

Tanggal 18 oktober 2023 Penguji II :  : LUSIA NARGIS SE., M.SI
NIDN : 0220086501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

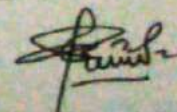
Tanggal: 18.10.2023




Dr. May Mikial, S.E., M.Si., Ak. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal: 18.10.2023



Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

IPS/DFEB/

iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan mengandalkan orang lain,

Hanya dirimu sendiri

Yang bisa di andalkan”

(Riskiyantiwi)

Kupersembahkan untuk:

- **Allah SWT**
- **Mama dan Papa tersayang**
- **Saudara-saudaraku tersayang**
- **Pendampingku kelak**
- **IKON**
- **D'trip**
- **Rekan kerjaku**
- **Teman-teman Manajemen Angkatan 2019**
- **Almamaterku**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riskiyantiwi

NPM : 1901110561

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh - sungguh dan tidak ada hasil penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri - ciri plagiat dan bentuk - bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, September 2023

Penulis,

Riskiyantiwi

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merk

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Kambang Iwak Palembang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan perlu banyak belajar lagi untuk mendapatkan dan memberikan yang terbaik kepada berbagai pihak.

Banyak kesulitan yang dialami oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat kesabaran dan bimbingan, arahan, saran dan dukungan oleh berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada yang terhormat :

1. Bpk. Dr. Ir. Edizal EA,MS selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy.Mikial, SE, M.Si.Ak.CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Dr. M Ima Andriyani , SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti

4. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
5. Bapak Syaiful Sahri , SE. M.Si selaku Pembimbing 1 penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Suharti, SE. MM selaku pembimbing II skripsi yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen pengajar program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
8. Seluruh Staff Starbucks Kambang Iwak yang telah membantu dan selalu memberikan dukungan.
9. Untuk orang yang tidak pernah Lelah mendoakan ku disetiap sujud yaitu kedua orang ku papa dan mamaku, serta saudara – saudaraku dan keluarga yang tidak bisa disebut satu persatu.
10. Untuk teman serta rekan – rekan kerja dan teman-teman satu Angkatan 2019 khususnya Reguler B

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya robbal alamiin.

Palembang, July 2023

Peneliti

Riskiyantiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PEMBAHASAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Kualitas Layanan	12
2.1.2 Kepuasan pelanggan	17
2.1.3 Citra merek	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Lain yang Relevan	30
2.3 Kerangka Berfikir.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III Metode Penelitian	34
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	34
3.1.1 Tempat Penelitian	34

3.1.2 Waktu Penelitian.....	34
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.1 Sumber Data.....	35
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Sampling.....	38
3.4 Rancangan Penelitian.....	39
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	39
3.5.1 Variabel.....	39
3.5.2 Definisi Operasional.....	40
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	47
3.7.4 Analisis Koefisien Determinan (R ²).....	48
3.7.5 Uji Secara Parsial (Uji t).....	49
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.3 Logo dan Arti Perusahaan.....	57
4.1.4 Struktur Organisasi.....	62
4.1.5 Job Description.....	63
4.2 Pembahasan.....	64
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	64
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	67
4.3.1 Hasil Uji Validasi.....	67
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	70

4.3.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R) ...	77
Bab V Kesimpulan dan Saran	85
5.1 Saran.....	86
5.2 Kesimpulan	87
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen yang di Starbucks Kambang Iwak Palembang 2023 Januari - 2023 Mei	3
Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 2023	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 3.3 Pilihan Jawaban	43
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan umur	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Kualitas layanan (X_1).....	67
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2)	68
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_3).....	69
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearita	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Persial (Uji t)	80
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Uji Signifikansi Persial (Uji t).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Pengambilan Keputusan pada Pembelian	9
Gambar 1.2 Kerangka Berfikir	32
Gambar 2.1 Syren, Duyung yang di gunakan pada logo Starbucks	60
Gambar 2.2 Logo Starbucks 1971 - 1987	61
Gambar 2.3 Logo Starbucks 1987 - 2011	61
Gambar 2.4 Logo Starbucks 2011 - Sampai sekarang	62
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Starbucks Kambang Iwak.....	62
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedistitas.....	75

ABSTRAK

Riskiyantiwi. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Syaiful Sahri , SE. M.Si dan Ibu Suhasrti, SE. MM)

Pada dasarnya, skripsi ini membahas bagaimana keputusan pembelian pada Starbucks Kambang Iwak Palembang. Adapun tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan secara parsial dan secara simultan pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Kambang Iwak Palembang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik sampel yang digunakan metode accidental sampling atau random sampling dengan responden sebanyak 100 responden.

Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F) juga menunjukkan hasil bahwa Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek terhadap keputusan Pembelian

ABSTRACT

Riskiyantiwi. The effect of service quality, customer satisfaction and brand image on purchasing decisions at Starbucks Kambang Iwak Palembang. (Under the guidance of Mr. Syaiful Sahri, SE. M.Si and Mrs Suhasrti , SE. MM)

In essence, the research discusses how the purchase decision at Starbucks Kambang Iwak Palembang. The purpose of this study was to determine and prove partially and simultaneously the effect of service quality, customer satisfaction and brand image on purchasing decisions at Starbucks Kambang Iwak Palembang.

This study uses quantitative shorthand. The Data used in this study is the primary data by using questionnaires as a data collection technique and data analysis using multiple linear regression analysis. Sample technique used accidental sampling or random sampling method with as many as 100 respondents.

Based on the simultaneous testing (test F) also shows that the quality of Service, Customer Satisfaction and brand image secara simultaneous positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: quality of Service, Customer Satisfaction and brand image of the purchase decision

RIWAYAT HIDUP

Riskiyantiwi dilahirkan di Palembang pada tanggal 17 November 1997 daari Zulkipli dan Ibu Kartina, saya anak ke tiga dari lima bersaudara.

Mengawali Pendidikan di TK Puri Indah yang beralamat di Talang Putri dan LULUS pada tahun 2004 kemudian langsung melanjutkan ke Sekolah Dasar ke Madrasah Ibtidaiyah hingga tahun 2009, setelah itu melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Pertama di Setia Darma Palembang dan menyelesaikan pada tahun 2012, Selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di PGRI 2 PALEMBANG pada tahun 2015. Pada tahun 2019 melanjutkan Pendidikan Progra Studi I Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Tridinanti.

Saya seorang yang suka dengan kesenian, dan saya pernah mengikuti lomba teater kota Palembang pada waktu SMA dan mendapatkan BEST AKTIS lalu mengikuti lomba hingga ke Nasional di Jakarta dan mendapatkan juara 2 dan mendapatkan banyak nominasi mewakili Sumatera Selatan.

Palembang, 10 Okt. 23

Riskiyantiwi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dan Perkembangan di dunia bisnis di era globalisasi saat ini sangat tinggi, Khususnya di bidang FnB atau Food and Beverage, Perkembangan pasar FnB di Indonesia semakin pesat dengan banyaknya peluang untuk memasuki pasar tersebut. Membuat pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menciptakan bisnis-bisnis yang berhubungan dengan kuliner.

Salah satu bisnis yang banyak di lirik oleh para pelaku bisnis adalah bisnis coffe shop, di Indonesia pun semakin berkembang dan maju dengan adanya minat masyarakat untuk mencoba hal-hal baru tentang kedai kopi atau coffe shop dan membuat persaingan antar brand local dan luar negri semakin ketat. Fasilitas dan suasana yang nyaman dan pilihan menu yang beragam pun tidak menjamin coffe shop bertahan lama.

Untuk menjadi perusahaan coffe shop atau kedai kopi yang unggul tidaklah mudah, perlu dukungan dari berbagai aspek kemampuan manajerial yang baik agar mampu memberikan kualitas layanan agar mendapatkan kepuasan pelanggan dan membentuk citra merek yang baik.

Salah satu industri coffee shop yang terdapat di Indonesia adalah Starbucks, sebuah jaringan kedai kopi dari Amerika Serikat yang bermarkas di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia dengan 20.336 kedai di 61 negara, termasuk 13.123 di Amerika Serikat, 1.299 di

Kanada, 977 di Jepang, 793 di Britania Raya, 732 di Cina, 473 di Korea Selatan, 363 di Meksiko, 282 di Taiwan, 204 di Filipina, 164 di Thailand dan 326 di Indonesia. Starbucks menjual minuman panas dan dingin, kue kering manis, biji kopi, es cream, sandwich panas dan dingin, salad dan barang barang seperti gelas dan tumbler. Starbucks coffee pertama kali dibuka pada 1971 di Seattle oleh Jerry Baldwin, Zev Siegle dan Gordon Bawker. Starbucks pertama diluar Seattle adalah di Vancouver dan Chicago pada 1987 sedangkan cabang pertama di luar Amerika Utara terletak di Tokyo yang dibuka pada tahun 1996.

Di Indonesia sendiri Starbucks masuk pada tahun 2002 di Plaza Indonesia dan berkembang hingga resmi mempunyai 500 Gerai pada tahun 2022. Yang tersebar di kota kota besar termasuk kota Palembang yang sesudah mendirikan 5 cabang. Salah satunya adalah Starbucks Kambang Iwak yang akan menjadi tempat penelitian dilakukan.

Starbucks sangat peduli dengan kenyamanan pelanggan mereka. Untuk itu mereka membuat sebuah toko kopi secara mewah dengan standar kualitas tertentu. Tidak hanya itu Kualitas layanan,kepuasan pelanggan dan citra merek menjadi pilar utama dari kekuatan Starbucks hingga bisa berkembang pesat dari tahun ke tahun.

Keputusan pembelian di starbucks sendiri sangat beragam ada yang regular customer dan banyak juga pelanggan yang baru ingin mencoba varian minuman yang di jual Starbucks, karna Starbucks sendiri di setiap season membuat minuman – minuman dengan rasa yang berbeda sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli minuman tersebut.

Tjiptono (2020:21) keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Tabel 1.1
Jumlah konsumen yang ada di
Starbucks Kambang Iwak Palembang
Bulan Januari 2023 – Mei 2023

Bulan	Jumlah konsumen	Target
Januari	6220	5599
Februari	5520	5570
Maret	5045	5538
April	4568	5538
Mei	5585	5640

(sumber : Karyawan Starbucks Kambang Iwak Palembang 2023)

Dari data di atas, jumlah konsumen pada Starbucks Kambang Iwak Palembang periode Januari 2023 – Mei 2023 menunjukkan ketidak stabilan. Terlihat pada bulan – bulan tertentu mengalami penurunan dan peningkatan, seperti bulan April terjadi penurunann karena umat Muslim sedang melakukan ibadah puasa di bulan Ramadhan. Karna mayoritas di Palembang adalah umat

muslim jadi mengakibatkan berkurangnya konsumen yang datang pada siang hari atau di waktu puasa di Starbucks Kambang Iwak.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan salah satunya kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra merek. Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan.

Kepuasan menurut Tjiptono (2019:76) kepuasan pelanggan dapat di artikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Faktor lain yang harus di perhatikan adalah Citra Merek yang positif. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu dari merek itu sendiri yang akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Adapun pengertian Citra merek menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2015:113), merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf – huruf, angka – angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan di gunakan dalam kegiatan perdagangan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Starbucks Kambang Iwak Palembang mengenai penurunan dan peningkatan pelanggan yang berkunjung dan uraian diatas maka penelitian tertarik untuk memilih lebih lanjut tentang

“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Kambang Iwak Palembang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang ?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang ?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang ?
4. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan, Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Apakah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merk berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang.
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang.

3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang.
4. Apakah Citra Merek berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kambang Iwak di kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dilakukan penelitian diharapkan agar dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini agar dapat memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan di Universitas Tridianti dan berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pemasaran khususnya kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra merek dan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra merek sebagai bahan pertimbangan dalam Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Krisdayanti, H. (2017). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MINIMARKET KERTAPATI JAYA INDAH PALEMBANG* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Starbucks Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2), 121-140.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2).
- Astuti, W. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT PESERTA DIDIK MELANJUTKAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN TINGGI* (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung) (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Saputri, R. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau Yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.