

ABSTRAK

Penelitian ini merumuskan masalah tentang pengaruh pelayanan, citra merek, dan pemasaran terhadap pilihan pembelian Kue Tiga Cahaya Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menguji pengaruh pelayanan, citra merek, dan pemasaran terhadap pilihan pembelian Kue Tiga Cahaya Jember secara terpisah. Penelitian ini menggunakan teori manajemen pemasaran, teori kualitas pelayanan, teori citra merek, teori promosi ruangan, dan teori kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Kue Tiga Cahaya Jember. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini bersifat eksplanatori. Instrumen analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.00. Hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan (0,013), citra merek (0,008), dan promosi (0,000) secara signifikan berpengaruh terhadap pilihan pembelian.

Kata Kunci: pelayanan, citra merek, promosi, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study describes the problem of the influence of service, brand image, and marketing on the purchase choice of Kue Tiga Cahaya Jember. The purpose of this study is to examine and test the influence of service, brand image, and marketing on the purchase choice of Kue Tiga Cahaya Jember separately. This study uses marketing management theory, service quality theory, brand image theory, room promotion theory, and customer satisfaction theory. This study was conducted on Kue Tiga Cahaya Jember customers. This study is a quantitative descriptive study using purposive sampling with a sample size of 100 respondents. This study is explanatory. The analysis instrument used is multiple linear regression, using SPSS software version 20.00. The results of the t-test show that service (0.013), brand image (0.008), and promotion (0.000) significantly influence the purchase choice.

Keywords: *service, brand image, promotion, and purchasing decisions*

