

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *STARBUCKS COFFEE* DI SURABAYA

I Ketut Purnayasa

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Pembangunan / Bisnis Internasional

Pembimbing : Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si dan

Olivia Tanaya S.E., M.B.A

ABSTRAK

Di era globalisasi ini persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan untuk berlomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Khususnya perdagangan di bidang kuliner para penjual harus bisa menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dengan harapan bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Ekuitas Merek, *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Starbucks Coffee* Di Surabaya.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif sedangkan alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik dalam pengambilan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terhadap ekuitas merek dan *Service Quality* terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *Starbucks Coffee* di Surabaya dikarenakan dengan semakin baik ekuitas merek dan *Service Quality* yang diberikan maka semakin tinggi minat keputusan pembelian yang dilakukan. Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan pihak starbucks di Surabaya dapat tetap mempertahankan ekuitas merek yang telah dimiliki serta dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kata Kunci : *Ekuitas Merek, Service Quality, Keputusan Pembelian.*

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *STARBUCKS COFFEE* DI SURABAYA

I Ketut Purnayasa

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Pembangunan / Bisnis Internasional

Pembimbing : Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si dan

Olivia Tanaya S.E., M.B.A

ABSTRACT

In this era of globalization, business competition has made various companies compete to seize and maintain their market share. Particularly in the culinary trade, sellers must be able to find the right strategies to achieve a competitive advantage, hoping to maintain the market and win the competition. This study aims to determine the effect of Brand Equity, Service Quality on Purchase Decisions of Starbucks Coffee in Surabaya.

The method used is quantitative, while the tool used in this study is multiple linear regression analysis. Techniques for collecting data in this study are primary data and secondary data. Based on the results of multiple linear regression analysis on brand equity and Service Quality, there is a significant and positive influence on the purchasing decision of Starbucks Coffee in Surabaya because the better the brand equity and Service Quality given, the higher the interest in purchasing decisions is made. With the results of this study, it is hoped that Starbucks in Surabaya can maintain brand equity that has been owned and can improve the quality of its service

Keywords: *Brand Equity, Service Quality, Purchase Decision.*