

ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

**Andriyo Wisaksono, ST
NIM. C4A005010**

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh Brand Image dan kualitas layanan terhadap minat membeli dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Sampel penelitian ini adalah pengguna handphone di kota Semarang, sejumlah 100 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data, Hasil analisis menunjukkan bahwa Brand Image dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat membeli dalam meningkatkan keputusan pembelian

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa Brand Image berpengaruh signifikan terhadap minat membeli dengan nilai korelasi sebesar 0,30, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat membeli dengan nilai korelasi sebesar 0,28, dan minat membeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai korelasi sebesar 0,41.

Kata Kunci: Brand Image, kualitas layanan, minat membeli, dan keputusan pembelian