

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian . Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dimana jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner di *google form*, metode analisis yang digunakan adalah SPSS ver 26. Subjek penelitian ini ialah konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan melakukan transaksi pembelian di cafe kopi ketje, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah berjumlah 96 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *brand image*, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the role of brand image and service quality on purchasing decisions. This research is a type of quantitative research where the type of data used is primary data obtained from the results of filling out a questionnaire on Google Form, the analysis method used is SPSS ver 26. The subjects of this research are consumers who have visited and made purchase transactions at Ketje Coffee Cafe , the number of samples used in this research was 96. The results of this research show that brand image and service quality have a positive and significant influence on purchasing decisions, both simultaneously and partially. The findings of this research contribute to the fact that brand image and service quality are important factors in consumer purchasing decisions.

Keywords : *brand image, service quality, buying decisions.*