

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI BANDOENGSCHE MELK CENTRALE**



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering

oleh:

Intan Khairun Neissya

2100559

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

INTAN KHAIRUN NEISSYA

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BANDOENGSCHE MELK CENTRALE

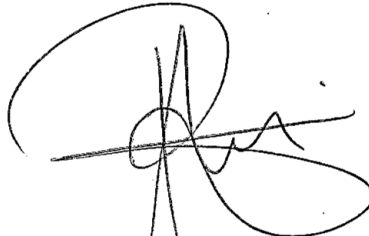
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Erry Sukriah, M.S.E.
NIP. 197912152008122002

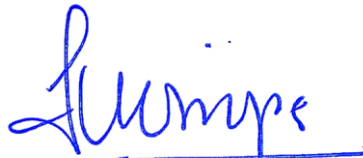
Pembimbing II



Purna Hindayani, SPL., MT
NIP. 929299419890212202

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si.
NIP. 197103092010122001

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BANDOENGSCHE MELK
CENTRALE

Oleh
Intan Khairun Neissya
NIM. 2100559

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering

© Intan Khairun Neissya, 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Februari 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Khairun Neissya

NIM : 2100559

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Judul Karya : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian di Bandoengsche Melk Centrale

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia

Bandung, 27 Februari 2025

Intan Khairun Neissya

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat dan hikmahnya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada nabi muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Bandoengsche Melk Centrale Bandung” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Tidak ada karya manusia yang sempurna, demikian pula dengan skripsi ini. Saran dan kritik yang begitu membangun, penulis berharap untuk menjadikan karya yang tidak hanya sekedar ide yang berujung pada sebuah gagasan tertulis namun menjadi manfaat untuk pihak pihak yang berkepentingan di masa sekarang, maupun di masa yang akan datang.

Bandung, 27 Februari 2025

Intan Khairun Neissya
NIM 2100559

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan mengucapkan alhamdulillah, segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya yang memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua, Bapak Sulaeman dan Ibu Dewi yang telah menjadi orang tua hebat hingga sekarang. Selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta dan kasih sayang serta do'a yang takkan terbalaskan oleh penulis. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat menjadi suatu kebanggaan dan kebahagiaan bagi Mama dan Papa.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih serta penghargaan yang tidak terhingga kepada pihak pihak yang senantiasa membantu dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya kepada:

1. Prof. Dr. M, Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh serta memperoleh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial., Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Dr. Erry Sukriah, M.S.E., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing penulis dengan penuh ketelitian, kesabaran yang tidak terhingga serta selalu memberikan motivasi dan pengarahan selama proses bimbingan. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran ditengah kesibukan untuk memberikan saran, ilmu dan nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Purna Hindayani, S.PL., MT. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan penulis dukungan, motivasi serta arahan kepada penulis dengan

penyusutan kesabaran. Terimakasih atas ilmu dan saran yang ibu berikan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Industri Katering beserta staf yang telah memberikan tuntunan, bimbingan, ilmu, masukan serta motivasi yang tak terhingga selama penulis menyelesaikan masa perkuliahan selama depan semester ini di Program Studi Manajemen Industri katering.
7. Bapak Rusmin selaku Manajer Operasional Bandoengsche Melk Centrale yang telah bersedia penulis wawancara, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat sahabat tercinta Edith Emily dan Adinda Nurul yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan dan saling membantu dalam penyusunan skripsi, serta Egi Fadzillah yang telah bersedia berbagi keluh kesah selama penulisan skripsi ini. Teman teman seperjuangan angkatan 2021 Manajemen Industri Katering terimakasih telah menjadi teman yang luar biasa dan keren selama penulis menyelesaikan perkuliahan di Universitas Pendidikan Indonesia.

Akhir kata, penulis ucapkan kembali terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan balasan yang tak terhingga. Aamiin.

INTAN KHAIRUN NEISSYA, 2100559. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BANDOENGSCHE MELK CENTRALE”.

ABSTRAK

Bandoengsche Melk Centrale merupakan salah satu restoran di kota Bandung yang sudah lama berdiri sejak tahun 1928. Tempat ini merupakan pusat pengolahan pabrik susu pertama dan terbesar di Bandung, namun saat ini sudah beralih menjadi restoran. Selain itu, Bandoengsche Melk Centrale memiliki ciri khas tersendiri, mulai dari bangunan yang merupakan cagar budaya, konsep yang diterapkan serta menu makanan dan minuman yang sangat beragam jenisnya. Menurut *Google Review*, Bandoengsche Melk Centrale memiliki total penilaian 4,3/5 dari 2.982 orang yang memberikan ulasan di *Google*. Para konsumen tidak hanya mencari makanan produk yang sesuai dengan selera mereka, namun pelayanan yang diberikan juga sangat mempengaruhi kenyamanan konsumen saat berada di tempat tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Bandoengsche Melk Centrale. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif deskriptif, dengan teknik penarikan sampel *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan karakteristik responden yang pernah melakukan pembelian di Bandoengsche Melk Centrale. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuesioner sebagai sumber primer. Teknik pengumpulan data sekunder yang digunakan adalah melalui pengumpulan data dan informasi dengan membaca jurnal, skripsi maupun data yang ada di internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari uji koefisien determinasi mendapatkan nilai R^2 0.648 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra merek mampu menjelaskan sebesar 64,8% dari keputusan pembelian. Hal ini dapat menjelaskan terdapat 35,2% variabilitas atau faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Konsumen Bandoengsche Melk Centrale

INTAN KHAIRUN NEISSYA, 2100559. “THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS AT BANDOENGSCHE MELK CENTRALE”.

ABSTRACT

Bandoengsche Melk Centrale is one of the restaurants in the city of Bandung that has been around since 1928. This place is the processing center of the first and largest milk factory in Bandung, but now it has turned into a restaurant. In addition, Bandoengsche Melk Centrale has its own characteristics, starting from the building which is a cultural heritage, the concept applied and a very diverse menu of food and drinks. According to Google Reviews, Bandoengsche Melk Centrale has a total rating of 4.3/5 from 2,982 people who provided reviews on Google. Consumers are not only looking for food products that suit their tastes, but the services provided also greatly affect consumer comfort while in the place. Therefore, this study aims to determine the influence of service quality and brand image on purchasing decisions at Bandoengsche Melk Centrale. This research uses a descriptive quantitative method approach, with purposive sampling technique. The number of samples used was 100 respondents with the characteristics of respondents who had made purchases at Bandoengsche Melk Centrale. The data collection technique used was distributing questionnaires as a primary source. The secondary data collection technique used is through collecting data and information by reading journals, theses and data on the internet. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are that service quality and brand image have a positive and significant effect partially or simultaneously on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination test get an R square value of 0.648 which indicates that the service quality and brand image variables are able to explain 64.8% of purchasing decisions. This can explain that there is 35.2% variability or other factors that can influence purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Purchasing Decisions, Bandoengsche Melk Centrale Consumers

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat	8
BAB II.....	9
TINJAUAN TEORITIS	9
2.1 Pariwisata.....	9
2.1.1 Definisi Pariwisata.....	9
2.1.2 Wisata Kuliner.....	10
2.2 Kualitas Pelayanan	11
2.3 Citra Merek	12
2.4 Perilaku Konsumen	13
2.5 Sejarah Bandoengsche Melk Centrale.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
2.7 Kerangka Pemikiran	18

2.8	Hipotesis	19
BAB III.....		20
METODE PENELITIAN		20
3.1	Desain Penelitian.....	20
3.3	Objek dan Subjek Penelitian	21
3.3.1	Objek Penelitian	21
3.3.2	Subjek Penelitian	21
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	21
3.4.1	Populasi	21
3.4.2	Sampel.....	21
3.4.3	Teknik Sampling.....	22
3.5	Operasional Variabel	23
3.6	Jenis Sumber Data	25
3.7	Instrumen Penelitian	26
3.7.1	Kuesioner	26
3.7.2	Wawancara	26
3.7.3	Lembar Observasi	26
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.8.1	Wawancara (Interview).....	27
3.8.2	Survey	27
3.8.3	Observasi.....	27
3.8.1	Studi Literatur.....	27
3.9	Uji Instrumen	28
3.9.1	Uji Validitas	28
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.10	Analisis Data	31
3.10.1	Analisis deskriptif.....	31
3.10.2	Analisis Verifikatif	32
3.10.3	MSI (Method of Successive Interval)	33

3.10.4	Analisis regresi linear berganda	34
3.10.5	Uji asumsi Klasik.....	34
3.10.6	Uji hipotesis.....	35
3.10.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV		38
HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Profil Lokasi Penelitian	38
4.2	Gambaran Umum Responden	39
4.2.1	Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	39
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	40
4.3	Hasil Tanggapan Responden.....	41
4.3.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X_1)... ..	41
4.3.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1	Uji Normalitas	63
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	63
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
4.6	Hasil Uji Hipotesis	66
4.6.1	Uji t	66
4.6.2	Uji F	67
4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.8	Pembahasan.....	68
4.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Bandoengsche Melk Centrale.....	68
4.8.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Bandoengsche Melk Centrale.....	69
4.8.3	Seberapa Besar Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Bandoengsche melk Centrale.....	70
BAB V		72

Kesimpulan dan Saran	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung BMC Per-Tahun 2021 - 2024.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Rating Google Restoran legendaris di Bandung	3
Tabel 1. 3 Tabel Ulasan Konsumen Pada Google Review	4
Tabel 1. 4 Hasil Pra-survey Penelitian.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	23
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 3. 4 Kriteria Penafsiran.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Tangibility	41
Tabel 4. 6 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Tangibility	43
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Responsiveness	44
Tabel 4. 8 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Responsiveness.....	45
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Assurance.....	46
Tabel 4. 10 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Assurance	48
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Empathy.....	48
Tabel 4. 12 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Empathy	50
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap Reliability	50
Tabel 4. 14 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Reliability	52
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden terhadap Recognition.....	52
Tabel 4. 16 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Recognition	53
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden terhadap Reputation.....	54
Tabel 4. 18 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Reputation	55
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden terhadap Affinity	55

Tabel 4. 20 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Affinity.....	56
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden terhadap Pengenalan Masalah.....	57
Tabel 4. 22 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap pengenalan masalah	58
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden terhadap Pencarian Informasi	59
Tabel 4. 24 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap pencarian informasi	60
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif	61
Tabel 4. 26 Garis Kontinum Tanggapan responden terhadap Evaluasi Alternatif	62
Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 29 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 30 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 31 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4. 32 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4. 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing	78
Lampiran 2 Surat Perizinan Penelitian.....	81
Lampiran 3 Instrumen Penelitian.....	82
Lampiran 4 Data Responden	86
Lampiran 5 Jawaban Responden	91
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	101
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	103
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsuk Klasik	104
Lampiran 9 Analisis Linear Berganda dan Koefisien determinasi	105
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	106
Lampiran 11 Methode of Successive Interval (MSI).....	107
Lampiran 12 Lembar Wawancara	119
Lampiran 13 Lembar Bimbingan.....	122
Lampiran 14 Curriculum Vitae.....	124
Lampiran 15 Dokumentasi	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan BMC Tahun 2021-2024.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Nurdiansyah, P., Karina, N., Muflihussalam, H., Hidayat, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Yapari, P. (2023). Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Kuliner Sudirman Street Bandung (Analysis Of Potential Culinary Attractions Sudirman Street Bandung). 2(1). <http://dx.doi.org/10.32659/jmp.v2i1.258>
- Andini, N. D., & Megawati, I. (2023). *The Influence of Service Quality and Brand Image on Purchase Decisions (Study on Consumers of Muslim Fashion Products in Bandung City)*. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(2), 188–198. <https://doi.org/10.55208/bistek>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*. 2(1). 2775-1872. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- 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. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php>
- Choirunnisa, I., Karmilah, M., Rahman-89, B., Pengembangan, S., Budaya..., P., Studi, P., Wilayah, P., Kota, D., & Semarang, A. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. In *Jurnal Kajian Ruang* (Vol. 1, Issue 2). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Di Kota

- Malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Fitrianna, H. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo Di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 3(3). 2674-0462. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Fitriany. (2022). *Brand Image and Service Quality on Product Purchasing Decisions. Journal Economic Resources*. 5(2). 417-427 <http://www.topbrand-award.com>,
- Gede A, A, & Sururi A, N. (2021). Membangun Bisnis Kuliner Sebagai Pemula. *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 133-143. <http://dx.doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i4.1597>
- Fitrianna, H. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo Di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 3(3). 2674-0462. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Hartiti, Z., Asmeri, R., & Afrizoni, H. (2022). *The Influence Of Brand Image And Service Quality On Purchasing Decisions For Pizza Hut Delivery Siteba Padang. JM*, 4(3), 467–478.
- Karta, N. L. P. A., Saptawati, N. K. A., Suarhana, I. K. P., & Wardani, R. A. R. K. (2023). *How do Brand Image and Service Quality Influence Tourist Buying Decisions and Satisfaction at Puri Saron Madangan Hotel, Bali, Indonesia. European Journal of Business and Management Research*, 8(6), 87–93. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.6.2178>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumaradya, N., Wagiman, & Purwadi, D. (2021). *Service quality and brand image influence on the purchase decision of coffee shop products in Yogyakarta. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 828(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/828/1/012060>
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>

- Pramezwary, A., & Hubner, I. B. (2021). Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Dan Belanja Kota Bandung. 8(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Pramuaji, K., & Loekmono, A. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.23887>
- Pratiwi, D., Lumbanraja, M. M. M., & Junaidi, R. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Restaurant Tradisional Pekanbaru. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(2), 194–206. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i2.3650>
- Putra, E. (2024). *The Influence of Brand Image and Service Quality on Purchasing Decisions for Milk Coffee Products at Toko Kopi Bersaudara in Mojokerto City*. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 3(6), 1187–1212. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v3i6.9641>
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). *The Influence of Brand Image, Service Quality, and Social Media Marketing on Purchase Decision at Restaurant Navy Seals Surabaya*. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251–260. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems322>
- Risma, H, A., Widiyanti, M., Shihab, M, S., & Rosa, A.,. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Open Journal System*. 18(4). 853-858. <https://binapatria.id/index.php/MBI>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03). 8126-8137. : <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald's Di Palmerah Jakarta Barat*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Rusydi, A., Afgani, W., Septaria, D., Zahira, G., Salsabila. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*. 7(3). 11279-11289. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Simanjuntak, T. N. (2015, May 23). *Bandoengsche Melk Centrale, Pusat Susu Masa Kolonial Yang Masih Populer*. DetikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2922940/bandoengsche-melk-centrale-pusat-susu-masa-kolonial-yang-masih-populer>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Sunaryo, N. A., Darma Putra, I. N., & Dewi, M. H. U. (2019). Perkembangan Wisata Belanja “Oleh-Oleh Makanan” di Kota Malang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 25. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p02>
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa* (Edisi 4). Andi.
- Wahyuni, T., Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa. *Journal Agriscience*. 1(1). 232-243 <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Wansaka, A. (2024). Sejarah Bandoengsche Melk Centrale, Perusahaan Susu Paling Modern di Hindia Belanda. Harapan Rakyat.Com. <https://www.harapanrakyat.com/2024/02/sejarah-bandoengsche-melk-centrale-perusahaan-susu-paling-modern-di-hindia-belanda/>
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 93–99. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i2.13>
- Zaini, A. A. (2022.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (*Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan*), *Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47-54. <https://doi.org/10.55352>
- Zending Nabutaek, Y., & Wulandari, H. P. (2022). *The Influence of Service Quality and Brand Image on Mixue Purchase Decisions in Yogyakarta*. In *Journal of Social Science*. 03(06). <https://doi.org/10.46799/jss.v4i5.707>.