

Pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Iqbal Cimahi

Anisa Anugrah Ningtyas, Ratih Tresnati, Dedy Ansari Harahap
 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 anisaanugrah@gmail.com, ratihtresnati27@gmail.com, deanhar@yahoo.com

Abstract—The purpose of this study was to determine the application of Brand Image at Baso Iqbal Restaurant, to determine the application of Product Assortment by Baso Iqbal Restaurant, to determine purchasing decisions at Baso Iqbal Restaurant and to determine how much influence Brand Image and Product Assortment had on Buying decision. This research was conducted at Baso Iqbal Restaurant in Cimahi City. The research method in this research is the survey method. The type of research in this research is descriptive verification with a quantitative approach. The sampling technique in this study is non-probability incidental sampling. The sample in this study was 100 respondents who visited Baso Iqbal Restaurant. The data collection technique in this research is by using a questionnaire. The data analysis method in this study is Multiple Linear Analysis with the aim of knowing the direction of the relationship between the independent variable (X1) and the independent variable (X2) with the dependent variable (Y). The results of this study state that the brand image variable partially has a significant effect on purchasing decisions and the product diversity variable partially has a significant effect on purchasing decisions. As well as simultaneously the variables of Brand Image and Product Assortment have a significant effect on Purchasing Decisions at Baso Iqbal Restaurant.

Keywords—*Brand Image, Product Assortment, Purchasing Decision.*

Abstrak—Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan Citra Merek di Rumah Makan Baso Iqbal, untuk mengetahui penerapan Keragaman Produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Baso Iqbal, untuk mengetahui Keputusan pembelian di Rumah Makan Baso Iqbal dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Baso Iqbal di Kota Cimahi. Metode penelitian pada penelitian ini yaitu metode survey. Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu non probability incidental sampling. Sampel pada penelitian ini sebesar 100 orang responden yang berkunjung ke Rumah Makan Baso Iqbal. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu Analisis Linier Berganda dengan tujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (X1) dan variabel bebas (X2) dengan variabel terikat (Y). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap Keputusan Pembelian dan variabel Keragaman Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta secara simultan variabel Citra Merek dan Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Iqbal.

Kata Kunci—*Citra Merek, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.*

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bisnis kuliner berupa rumah makan merupakan salah satu prospek bisnis yang menjanjikan. Saat ini rumah makan masih terus berkembang dan jumlahnya selalu bertambah setiap tahunnya dikarenakan gaya hidup masyarakat yang lebih suka untuk berkumpul di luar rumah dan menikmati hidangan serta suasana rumah makan tersebut. Selain itu bagi masyarakat yang sibuk dalam melakukan sesuatu hal dan tidak mempunyai waktu untuk memasak makanan maupun minuman, sehingga mereka akan menyerahkan tanggung jawab itu kepada rumah makan. Gaya hidup tersebut yang membuat perkembangan bisnis kuliner semakin pesat. Setiap tahunnya jumlah rumah makan yang ada di Jawa Barat bertambah, pada tahun 2016 jumlah rumah makan yang ada di Jawa Barat yaitu 4520, lalu pada tahun 2017 jumlah rumah makan yang ada di Jawa Barat bertambah dari tahun sebelumnya yaitu 4895 dan pada tahun 2018 jumlah rumah makan yang ada di Jawa Barat yaitu 6106.

Keputusan pembelian konsumen akhir akan Rumah Makan Baso Iqbal bisa ditingkatkan dengan merancang citra merek dan keragaman produk seperti yang dikemukakan oleh Desy Christanty (2017) yaitu citra merek dan keragaman produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan menurut Camelia dan Suryoko (2017) bahwa keragaman menu dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga berdasarkan pernyataan diatas bahwa citra merek dan keragaman produk yang baik dari suatu perusahaan dapat memengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.