

Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Bekasi Timur Mustika Jaya

Donna Hemelia Syahputri¹, Titin Latif², Intan Permata Sari³

Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani

**Correspondence author: Donna Hemelia Syahputri, donnahemelia@gmail.com, Bekasi, and Indonesia.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di daerah Bekasi Timur Mustika Jaya. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi krusial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari 200 responden yang merupakan konsumen Mie Gacoan di wilayah tersebut. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung antara variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, demikian pula dengan kualitas pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan citra merek dan kualitas pelayanan dapat memperkuat keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengelola Mie Gacoan dalam merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, dan Mie Gacoan.

Abstract. *this study aims to analyze the influence of brand image and service quality on purchasing decisions of Mie Gacoan in the East Bekasi Mustika Jaya area. In the context of increasingly tight competition in the culinary industry, understanding the factors that influence consumer purchasing decisions is crucial. This study uses a quantitative approach with a survey method as a data collection technique. The research sample consisted of 200 respondents who were consumers of Mie Gacoan in the area. The data obtained were analyzed using multiple linear regression to test the direct influence between the variables of brand image, service quality, and purchasing decisions. The results showed that brand image had a positive and significant influence on purchasing decisions, as did service quality. These findings indicate that improving brand image and service quality can strengthen consumers' purchasing decisions of Mie Gacoan. This study contributes to Mie Gacoan managers in formulating more effective marketing and service strategies to increase customer satisfaction and loyalty.*

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Purchasing Decision, and Mie Gacoan.*

Pendahuluan

Perkembangan industri kuliner di Indonesia terus berkembang dengan cepat. Industri kuliner telah menunjukkan potensi dan pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh perubahan gaya hidup, perkembangan teknologi, dan meningkatnya minat konsumen terhadap variasi makanan dan minuman.

Trend makanan dengan rasa pedas gurih asin yang banyak diminati dan sangat cocok di lidah masyarakat Indonesia, sehingga banyak bermunculan usaha kuliner dengan cita rasa pedas. Penulis memahami bahwa kebutuhan dan preferensi konsumen terus berubah seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan.

Maka dari itu, usaha kuliner ini dirancang untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, tetapi juga memberikan nilai lebih melalui inovasi, pelayanan, dan komitmen terhadap kualitas agar dapat bersaing dan berkembang maka bisnis perlu memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Melakukan pendekatan kepada konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga pengusaha dibidang kuliner dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dapat mengambil keputusan terhadap produk yang akan dibelinya. Salah satu usaha kuliner yang trend saat ini adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah anak perusahaan dari PT. Pesta Pora Abadi.

Pada tahun 2016 pusat pertama mie gacoan berlokasi di Kota Malang, pemilik bisnis Mie Gacoan bernama Haris Kristanto yang berasal dari Surakarta. Beliau memiliki beberapa cabang yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya cabang di Kota Bekasi yang beralamat Jl. Insinyur H. Juanda No.99, RT.001/RW.021, Aren Jaya, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17113.

Mie Gacoan mempunyai strategi tersendiri, dengan cita rasa pedas pada Mie Gacoan dengan tingkatan pedas sesuai keinginan membuat konsumen merasa tertarik dan ingin mencoba, selain itu gacoan cabang Bekasi memiliki banyak pengunjung yang tak pernah henti terutama kalangan anak remaja, karena salah satunya tempatnya yang sangat luas, cocok untuk bersantai serta bersih dan nyaman.

Restoran satu ini sudah memiliki beberapa cabang di Indonesia. Mulai dari Bekasi, Malang, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Solo, Bandung, Cirebon, Bali, Bogor, Depok, Jakarta, dan masih banyak kota lainnya di Indonesia. Mie Gacoan yang telah membangun citra merek yang kuat di pasaran.

Citra merek yang baik dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengecer atau penjual juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek tersebut dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Mie Gacoan, dengan berbagai varian produknya yang berbeda-beda, menawarkan konsumen pilihan yang luas di pasar kuliner mie yang kompetitif. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, penting untuk memahami bagaimana citra merek dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Beberapa studi menunjukkan bahwa citra merek merupakan penegasan dan keyakinan yang dihasilkan dari seorang konsumen, sebagaimana tercermin dalam ingatan seorang konsumen. Brand Image atau biasa disebut dengan citra merek yang solid akan menghasilkan keuntungan yang signifikan. (Kotler dan Keller dalam Franadita dan Silalahi (2022)).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara citra merek, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian konsumen terhadap Mie Gacoan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam

meningkatkan strategi pemasaran mereka, memperkuat citra merek, dan meningkatkan kepuasan konsumen.

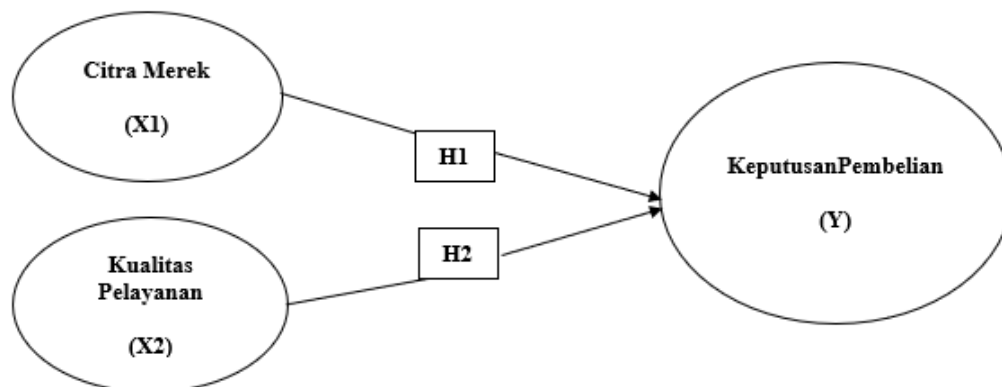
Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Bekasi Timur Mustika Jaya”.

Gaya Menulis

Rumusan masalah dalam penelitian ini memberikan arah yang jelas untuk fokus penelitian mengenai bagaimana citra merek dan kualitas pelayanan berinteraksi dengan keputusan pembelian konsumen terhadap Mie Gacoan. Dengan demikian, penelitian dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat untuk pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan pengalaman konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang di ambil maka tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis apakah Citra Merek dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan dibekasi. Untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan dibekasi.

Kerangka Konseptual merupakan penalaran yang menjelaskan keterkaitan antara variable yang menjadi perhatian peneliti yaitu citra merek (X1) dan kualitas pelayanan (X2) apakah variable tersebut memiliki hubungan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) berdasarkan penalaran diatas dapat disusun suatu kerangka Konseptual sebagai berikut:



Gambar. 1

Metode Penelitian

Bagian metode menjelaskan dengan jelas bagaimana melakukan penelitian, termasuk pengumpulan dan analisis data, serta validasi data. Berikut metode penelitian yang digunakan:

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Outlet Mie Gacoan Bekasi Timur Mustika Jaya dengan target konsumen yang memiliki usia diatas 12 tahun sebanyak 3 kali kunjungan langsung ke lokasi sebagai pembading peneliti mengunjungi Resto Mie Gacoan Cabang Bekasi Timur Mustika Jaya, Resto Mie Gacoan Cabang Jati Asih, Resto Mie Gacoan Bekasi Timur.

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam research mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Bekasi Timur Mustika Jaya yaitu metode Kuantitatif. Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan penelitian hubungan sebab akibat yaitu asosiatif kausal. Penelitian asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.

Kausal adalah hubungan sebab akibat. Jadi disini peneliti memiliki variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) dengan desain Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari sampel konsumen Mie Gacoan.

Data dan Sumber Data

a. Data Primer

untuk menunjang data yang valid dalam reserch ini peneliti melakukan tiga proses yaitu proses Survey konsumen melalui penyebaran link, proses wawancara konsumen langsung dan pengamatan langsung di Lokasi. Seperti menggunakan Survei, Wawancara, Pengamatan, Pengukuran Variabel, dan Analisis Data.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1.

Mengutip jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta, dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Tabel Metode Penyebaran Pernyataan Kuesioner

10 Responden	Survey Link ke konsumen di restoran Mie Gacoan
50 Responden	Survey Link yang disebar melalui Whatapp

30 Responden	Survey Link yang disebar melalui Media Sosial Instagram
10 Responden	Wawancara konsumen langsung

(Tabel 1. Metode penyebaran Kuesioner)

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan skala 1-5 yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Instrumen Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Tabel 2. Point Responden)

Sumber: Sugiyono (2012)

Teknik analisis data dapat diartikan sebagai suatu cara melakukan analisis, yang tujuannya adalah mengolah data menjadi informasi agar karakteristik yang ada mudah dipahami dan berguna untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian (Muhidin & Abdurrahman, 2011).

Sebelum melakukan pengujian yang telah dijelaskan di atas, ada baiknya terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji apakah alat pengumpul data yaitu kuesioner memiliki item pertanyaan yang valid. Validitas mengacu pada akurasi pengukuran dari apa yang dimaksudkan untuk diukur. Sedangkan reliabilitas mengacu pada konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran instrumen yang digunakan sebagai alat ukur (Sarwono, 2011).

Dalam penelitian ini, Penulis perlu memastikan bahwa skala atau pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian Mie Gacoan benar-benar menggambarkan konsep-konsep tersebut.

Dengan memastikan uji validitas dan reliabilitas yang baik, Penulis dapat meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan, Dan penulis juga memastikan bahwa data yang kumpulkan dapat diandalkan untuk

mengambil kesimpulan yang kuat tentang hubungan antara Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian Mie Gacoan.

No	Generasi	Persentase	Jumlah Penduduk
1	Pre-Boomer (lahir sebelum 1945)	1,87	5,03 juta
2	Baby Boomer (lahir 1946-1964)	11,56	31,01 juta
3	Generasi X (lahir 1965-1980)	21,88	58,65 juta
4	Generasi Y Milenial (lahir 1981-1996)	25,87	69,38 juta
5	Generasi Z (lahir 1997-2012)	27,94	74,93 juta
6	Post Generasi Z (lahir 2013 sampai sekarang)	10,88	29,17 juta
J u m l a h			270,20 juta

(Gambar 2. Pembagian generasi usia berdasarkan tahun kelahiran)

Sumber: Data Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020

Kelompok Masyarakat Indonesia Berdasarkan Pengeluaran Per Orang Per Bulan Menurut Bank Dunia

Pengeluaran per orang per bulan (rupiah)	
Kelompok miskin	← <Rp 354.000
Kelompok rentan	→ Rp 354.000-Rp 532 ribu
Kelompok menuju kelas menengah	→ Rp 532.000-Rp 1,2 juta
Kelompok kelas menengah	→ Rp 1,2 juta-Rp 6 juta
Kelompok kelas atas	→ >Rp 6 juta

(Gambar 3. Populasi berdasarkan sampel)

Item kuesioner "Citra Merek"	1. Resto Mie Gacoan adalah restoran yang memiliki citra produk yang baik
------------------------------	--

	2. Jaringan distribusi Produk Mie Gacoan sangat luas
	3. Resto Mie Gacoan lebih banyak dipilih oleh mahasiswa dan anak muda
	4. Anda merasa lebih aman saat mengkonsumsi Menu Mie Gacoan
	5. Merek Mie Gacoan cocok dikonsumsi kapanpun sebagai "Mie Pedas No 1 di Indonesia"
Item kuesioner "Kualitas Pelayanan"	1. Seberapa puas Anda dengan kualitas pelayanan di Mie Gacoan Bekasi
	2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan di Mie Gacoan terhadap keputusan Anda untuk membeli mie tersebut
	3. Seberapa puas Anda dengan Kecepatan pelayanan di Mie Gacoan Bekasi
	4. Seberapa puas Anda dengan Keramahan staf di Mie Gacoan Bekasi
	5. Seberapa puas Anda dengan Pengetahuan Staf Terhadap produk di Mie Gacoan Bekasi
	6. Seberapa puas Anda dengan Pelayanan parkir di resto Mie Gacoan Bekasi
	7. Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh Tempat Parkir saat anda makan di Mie Gacoan Bekasi
	8. Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh Tempat duduk saat anda makan di Mie Gacoan Bekasi

	9. Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh produk di Mie Gacoan Bekasi
Item kuisisioner “Keputusan Pembelian”	1. Resto Mie Gacoan memenuhi kebutuhan sesuai dengan informasi resto sehingga mempengaruhi anda dalam membeli produk tersebut
	2. Resto Mie Gacoan yang ditawarkan lebih unggul dari Resto sejenis lainnya sehingga mempengaruhi anda dalam membeli produk tersebut
	3. Produk Mie Gacoan mudah didapat sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut
	4. Produk Mie Gacoan memiliki harga terjangkau sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut
	5. Produk Mie Gacoan memiliki kualitas Citra Merek yang baik sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut
	6. Jika ada Resto Mie lain yang ditawarkan dengan kualitas Citra Merek yang sama, anda tetap memilih Mie Gacoan
	7. Jika ada Resto Mie lain yang ditawarkan dengan kualitas pelayanan yang sama, anda tetap memilih Mie Gacoan

(Tabel 3. Pernyataan Survey)

Uji Heteroskedastitas Yaitu ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan atau kesalahan yang terjadi dalam memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih dari variabel independen (Variabel bebas). yang dapat digunakan untuk melihat dengan melakukan Uji Gliser dengan mengusulkan untuk meregres nilai absolut dari residual terhadap variabel independen. Untuk menyatakan apakah terdapat heteroskedastisitas, maka dapat menggunakan koefisien signifikansi. Apabila koefisien signifikansi (nilai probabilitas) lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan untuk mengetahui analisis citra merek kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Daerah Mustika Jaya Bekasi Timur. Responden ini diberikan yang telah melakukan pembelian secara langsung ke Mie Gacoan Daerah Mustika Jaya Bekasi Timur minimal 3 kali, data primer yang berasal dari kuesioner yang sudah disebar secara langsung oleh konsumen dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Untuk pengolahan data yang penulis gunakan dengan program *Software SPSS versi 23.0 For Windows*.

Karakteristik Responden

RINGKASAN KARAKTERISTIK BERDASARKAN JENIS KELAMIN			
KATEGORI		Jumlah (Orang)	Persentase
NO	JENIS KELAMIN		
1	Laki-laki	32	32%
2	Perempuan	68	68%

RINGKASAN KARAKTERISTIK BERDASARKAN USIA			
NO	USIA	Jumlah (Orang)	Persentase
1	12-24 Tahun	68	68%
2	21-30 Tahun	2	2%
3	25-39Tahun	14	14%
4	31-40 Tahun	2	2%
5	40-55 Tahun	14	14%
6	> 56 Tahun	0	0%

RINGKASAN KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN			
NO	Pengeluaran	Jumlah	Persentase
1	> Rp. 6.000.000	16	16%
2	Rp. 4.00.001 - Rp. 6.000.000	12	12%
3	Rp. 2.000.001 - Rp.4.000.000	38	38%
4	< Rp.2.000.000	28	28%
5	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.999.999	2	2%
6	Rp. 6.000.000 - Rp. 9.999.999	4	4%

RINGKASAN KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN SUMBER INFORMASI TERKAIT MIE GACOAN			
NO	pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Instagram	14	14%
2	Tiktok	20	20%
3	Facebook	2	2%

4	Teman atau kerabat	64	64%
---	--------------------	----	-----

RINGKASAN KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN CITRA PRODUK MIE GACOAN			
NO	Point	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	51	51%
3	Kurang Setuju	30	30%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat tidak Setuju	3	3%

RINGKASAN KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN			
NO	Point	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	27	27%
3	Kurang Setuju	63	63%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak setuju	3	3%

Hasil Perhitungan

Berdasarkan pada tabel 6,7,8,9,10,11 diatas menunjukan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 68 orang dengan persentase sebesar 68%, sebagian besar responden berusia 12-24 Tahun dengan jumlah 68 orang atau 68% dengan memiliki pengeluaran Rp.2.000.000 - Rp.4.000.000 dengan jumlah 38 orang atau sebesar 38%. berdasarkan sumber informasi yang didapat responden mengetahui informasi terkait Mie gacoan dari teman atau kerabat sebanyak 64 orang atau 64 % dan citra merek Mie gacoan memiliki citra merek yang baik dilihat dari hasil reserch 51 orang responden atau 51% menjawab sangat setuju jika citra merek Mie gacoan memiliki citra merek yang baik.

Untuk kualitas pelayanan mie Gacoan 63 orang atau 63% responden kurang setuju terhadap pelayanan yang diberikan Resto Mie Gacoan, responden kurang puas terhadap keramahan staf Mie gacoan sebanyak 21 %, pelayanan parkir yang diberikan Mie Gacoan Bekasi sebanyak 21%, dan 23 % responden tidak puas karena tidak mudah dalam memperoleh produk Mie Gacoan karena resto yang rame sehingga produk lebih lama penyajiannya.

Uji Validitas

Keputusan suatu pertanyaan valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2019) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor atau *point* pada setiap skor total, apabila korelasi r hitung lebih dari 0,05 maka setiap satu pertanyaan dinyatakan valid,

jika r hitung kurang dari 0,05 maka dinyatakan pertanyaan tidak valid. Pengujian ini menggunakan metode korelasi *pearson* dengan melakukan korelasi antara tiap skor item dengan total skor item dilakukan dengan menggunakan pengujian dengan penggunaan dari jumlah responden sebanyak 50 responden, tabel dengan $df=50$ adalah 0,279 dengan taraf signifikasi.

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Citra Merek (X1)	Resto Mie Gacoan adalah restoran yang memiliki citra produk yang baik	0,867	0,195	Valid
	Jaringan distribusi Produk Mie Gacoan sangat luas	0,793	0,195	Valid
	Resto Mie Gacoan lebih banyak di pilih oleh mahasiswa dan anak muda	0,851	0,195	Valid
	Anda Merasa lebih aman saat mengkonsumsi Menu Mie Gacoan	0,876	0,195	Valid
	Merek Mie Gacoan cocok dikonsumsi kapanpun sebagai "Mie Pedas No.1 Indonesia "	0,721	0,195	Valid

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	Seberapa puas Anda dengan kualitas pelayanan di Mie Gacoan Bekasi	0,786	0,195	Valid
	Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan di Mie Gacoan terhadap keputusan Anda untuk membeli mie tersebut	0,768	0,195	Valid
	Seberapa puas Anda dengan Kecepatan pelayanan di Mie Gacoan Bekasi	0,752	0,195	Valid
	Seberapa puas Anda dengan Keramahan staf di Mie Gacoan Bekasi	0,807	0,195	Valid
	Seberapa puas Anda dengan pengetahuan Staf terhadap produk di Mie Gacoan Bekasi	0,875	0,195	Valid
	Seberapa puas Anda dengan Pelayanan parkir di resto Mie Gacoan Bekasi	0,818	0,195	Valid
	Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh Tempat Parkir saat anda makan di Mie Gacoan Bekasi	0,875	0,195	Valid

Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh Tempat duduk saat anda makan di Mie Gacoan Bekasi	0,818	0,195	Valid
Seberapa puas Anda dengan Kemudahan dalam memperoleh produk di Mie Gacoan Bekasi	0,853	0,195	Valid
Seberapa puas Anda dengan kebersihan produk di Mie Gacoan Bekasi	0,803	0,195	Valid
Seberapa puas Anda dengan kebersihan Lokasi Resto Mie Gacoan Bekasi	0,843	0,195	Valid

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	Resto Mie Gacoan memenuhi kebutuhan sesuai dengan informasi resto sehingga mempengaruhi Anda dalam membeli produk tersebut	0,830	0,195	Valid
	Resto Mie Gacoan yang ditawarkan lebih unggul dari Resto sejenis lainnya sehingga mempengaruhi Anda dalam membeli produk tersebut	0,848	0,195	Valid
	Produk Mie Gacoan mudah didapat sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut	0,785	0,195	Valid
	Produk Mie Gacoan memiliki harga terjangkau sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut	0,816	0,195	Valid
	Produk Mie Gacoan memiliki kualitas Citra Merek yang baik sehingga mempengaruhi pembelian produk tersebut	0,861	0,195	Valid
	Jika ada Resto Mie lain yang ditawarkan dengan kualitas Pelayanan yang sama Anda tetap memilih Mie Gacoan	0,853	0,195	Valid

Hasil Uji validitas diatas bahwa dari semua pertanyaan pada Citra Merek (X1), Kualitas Layanan (X2), Keputusan Pembelian (Y3) memiliki rhitung yang lebih besar daripada 0,279 (Nilai rTabel), dan nilai signifikasi (Sig.) kurang dari 0,05 pada variabel sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan layak dinyatakan valid untuk dipakai bahan penelitian. Dengan nilai masing-masing disetiap variabel.

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran pada suatu kuesioner dengan melihat hasil koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika Alpha kurang dari 0,50 maka reabilitas rendah, jika alpha 0,50 – 0,70 maka reabilitas dikatakan moderat. Jika alpha diantara 0,70 – 0,90 maka reabilitas dikatakan tinggi. Dan jika alpha lebih dari 0,90 maka reabilitas dikatakan sempurna. Berikut hasil dari pengujian ini disajikan dalam bentuk gambar yang di ambil dari tabel *Windows SPSS*.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	6

(Gambar 4. Hasil Uji Reabilitas X1 Citra Merek)

Hasil Uji reabilitas untuk variabel X1 (Citra Merek) memiliki *Cronbach's Alpha* di *range* 0,70 – 0,90, masuk dikategori reabilitas tinggi dengan memperoleh variabel 0,811 dengan 6 pertanyaan mengenai citra merek, yang demikian bisa dinyatakan bahwa instrumen variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.781	12	.804	7

(Gambar 5. Hasil Uji Reabilitas X2 Kualitas Produk)

Dari hasil Uji Reabilitas untuk variabel X2 (Kualitas Pelayanan) memiliki *Cronbach's Alpha* di *range* 0,70 – 0,90, masuk dikategori reabilitas tinggi dengan memperoleh variabel 0,781 dengan 12 pertanyaan mengenai kualitas produk, yang demikian bisa dinyatakan bahwa instrumen variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Dari hasil Uji Reabilitas untuk variabel X3 (Keputusan Pembelian) memiliki *Cronbach's Alpha* di *range* 0,70 – 0,90, masuk dikategori reabilitas tinggi dengan memperoleh variabel 0,804 dengan 7 pertanyaan mengenai keputusan pembelian, yang demikian bisa dinyatakan bahwa instrumen variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Setelah melakukan pengolahan data instrument penelitian, maka didapatkan hasil bahwa semua variable yang diteliti dinyatakan valid, dengan itu dapat dikatakan bahwa kuisisioner yang disebarkan sah.

Berdasarkan hasil Citra Merek pada Mie Gacoan cabang Bekasi Timur Mustika Jaya, dengan nilai uji validitas yang diperoleh dapat dikatakan baik dan valid. Dengan memperoleh nilai rata-rata 0,821.

Berdasarkan hasil dari Kualitas Pelayanan pada Mie Gacoan cabang Bekasi Timur Mustika Jaya, dengan uji validitas yang diperoleh dapat dikatakan baik dan valid, dengan memperoleh nilai rata-rata 0,818.

Berdasarkan skor rata-rata keputusan pembelian pada Mie Gacoan cabang Bekasi Timur Mustika Jaya dapat dikatakan sangat baik dan valid, dengan memperoleh nilai rata-rata 0,832.

Berdasarkan hasil dari Uji Reabilitas pada variabel X1, X2, dan Y dengan nilai reabilitas tertinggi yaitu pada variabel X1 (citra merek), dengan memperoleh nilai variabel 0,811 masuk dalam kategori reabilitas tinggi, dengan membandingkan dari ke tiga variabel tersebut maka **Citra Merek** yang menjadi **pengaruh besar** terhadap Keputusan Pembelian produk Mie Gacoan Cabang Bekasi Timur Mustika Jaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan kesimpulan sebagai berikut;

1. Citra merek Mie Gacoan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Daerah Bekasi atau H1 Diterima
2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Daerah Bekasi Timur atau H2 Ditolak
3. Citra Merek memberi sumbangan sebesar 56% terhadap variable keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 44% dijelaskan oleh variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran

1. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Pengumpulan data dengan kuesioner bisa mendapatkan jawaban yang tidak kita harapkan karena setiap orang itu bisa memiliki pendapat, pandangan maupun pemikiran yang berbeda, sehingga bisa membuat jawaban tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.
2. Berdasarkan hasil uji validitas dan Reliabilitas pada X1, X2 terhadap Y nilai r Hitung Validitas lebih dari 0,444 dengan $\text{sig} < 0,05$ bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap (keputusan pembelian) sebesar 46,5% sisanya 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk perlu menambahkan variabel lain selain diluar variabel yang sudah diteliti misalnya Harga, Celebrity Endorser, Brand Trust.

DAFTAR PUSTAKA

- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Maramis, I. S., Mananeke, L., & Loindong, S. S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'Lkolongan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 39-48.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di bekasi timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692-708.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk.