

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN DENGAN VARIABEL INTERVENING MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TK ID

ABSTRAK

Abstract: Education is a necessity for anyone from any background, because it is believed to bring change to be the better person, this view makes education always in demand and will never be abandoned. Indonesia has plenty of school-aged people, one of them are in the kindergarten level. his statement is not in-line with the phenomenon of the decreasing number of students in ID Kindergarten, Z Foundation, JPBS Branch in 2019. The emergency situation of the Covid-19 Pandemic has made parents postponed their children to school. In addition, the brand image and quality of services of a school are considered in choosing a school. This study aims to explore more about the influence of brand image, service quality, buying interest on purchasing decisions. This Quantitative research is using questionnaire instruments and processed using the structure equation technique of partial least squat (SEM-PLS) model. The results of this study shows that buying interest could strengthen the connection between brand image, service quality and purchasing decisions at TK ID.

Keywords: brand image, service quality, purchase intention, purchase decision

Abstrak: Pendidikan menjadi kebutuhan semua orang dari berbagai kalangan, karena diyakini membawa perubahan diri menjadi lebih baik, sehingga membuat pendidikan selalu diminati dan tidak akan pernah ditinggalkan. Indonesia memiliki jumlah penduduk usia sekolah yang tinggi, salah satunya dijenjang Taman Kanak-kanak (TK). Pernyataan ini berbanding terbalik dengan fenomena penurunan jumlah murid yang terjadi di TK ID, Yayasan Z, Cabang JPBS tahun 2019. Kemunculan Pandemi Covid-19 membuat orang tua menunda untuk menyekolahkan anak mereka. Selain itu Citra merek dan kualitas layanan suatu sekolah menjadi pertimbangan dalam memilih sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeskplorasi lebih lanjut pengaruh citra merek, kualitas layanan, minat beli terhadap keputusan pembelian. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan instrument kuesioner dan diolah dengan menggunakan Teknik structure equation model partial least squat (SEM-PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan minat beli mampu memperkuat hubungan citra merek, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di TK ID.

Kata kunci: citra merek, kualitas layanan, niat beli, keputusan pembelian