

ABSTRACT

WINLIE

03013210059

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, FOOD QUALITY, AND FACILITY QUALITY TOWARDS CUSTOMER PURCHASE INTENTION AT STABAT SEAFOOD

(xvi, 121 pages; 8 figures; 63 tables; 8 appendixes)

This study investigates the declining purchase intention at Stabat Seafood, driven by challenges related to brand image, food quality, and facility quality. Data shows fluctuating sales revenue, with a significant drop in 2023, accompanied by negative customer reviews on parking, cleanliness, and inconsistent food quality. These phenomena highlight critical areas of concern that directly influence customer behavior.

Through a quantitative approach utilizing customer questionnaires and multiple linear regression analysis, the study evaluates the impact of brand image, food quality, and facility quality on purchase intention. Results indicate a positive relationship among these variables, with food quality exerting the strongest influence. The findings are contextualized against prior research to emphasize Stabat Seafood's unique challenges.

The study concludes that addressing gaps in food quality, enhancing the restaurant's brand image, and improving facilities can significantly boost customer purchase intention. Practical recommendations are provided to guide Stabat Seafood in implementing strategies for sustained growth and customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Food Quality, Facility Quality, Customer Purchase Intention

References: 27 (2015-2024)

ABSTRAK

WINLIE

03013210059

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS MAKANAN, DAN KUALITAS FASILITAS TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI STABAT SEAFOOD

(xvi, 121 pages; 8 figures; 63 tables; 8 appendixes)

Penelitian ini menyelidiki penurunan minat beli pelanggan di Stabat Seafood, yang dipengaruhi oleh tantangan terkait citra merek, kualitas makanan, dan kualitas fasilitas. Data menunjukkan fluktuasi pendapatan penjualan, dengan penurunan signifikan pada tahun 2023, disertai dengan ulasan negatif pelanggan terkait parkir, kebersihan, dan kualitas makanan yang tidak konsisten. Fenomena ini menyoroti area kritis yang memengaruhi perilaku pelanggan secara langsung.

Melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner pelanggan dan analisis regresi linier berganda, penelitian ini mengevaluasi pengaruh citra merek, kualitas makanan, dan kualitas fasilitas terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif di antara variabel-variabel ini, dengan kualitas makanan memberikan pengaruh terbesar. Temuan ini dikontekstualisasikan dengan penelitian sebelumnya untuk menekankan tantangan unik yang dihadapi Stabat Seafood.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mengatasi kesenjangan dalam kualitas makanan, meningkatkan citra merek restoran, dan memperbaiki fasilitas dapat secara signifikan meningkatkan minat beli pelanggan. Rekomendasi praktis disediakan untuk memandu Stabat Seafood dalam menerapkan strategi untuk pertumbuhan berkelanjutan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Citra Merek, Kualitas Makanan, Kualitas Fasilitas, Minat Beli Pelanggan*

Referensi: 27 (2015-2020)