

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek, atmosfer, dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pelanggan cafe “de_Kalosi” yang bertempat di jalan Keputih Tegal No.32. Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek dan atmosfer masing – masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara langsung Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun atmosfer dan harga masing – masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. hal ini menunjukkan bahwa jalur citra merek dan atmosfer tidak bisa dihubungkan secara tidak langsung dengan keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan, dikarenakan ada jalur yang tidak signifikan. Sedangkan harga secara tidak langsung berpengaruh secara signifikan dengan keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan bisa dihubungkan, karena semua nilai koefisien jalurnya signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika seseorang akan memutuskan untuk melakukan pembelian bisa dipengaruhi oleh harga dan akan lebih tinggi pengaruhnya bila dihubungkan dengan variabel kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Citra merek, Atmosfer, Harga, Kepuasan pelanggan, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of brand image, atmosphere, and price to the purchasing decision which is mediated by customer satisfaction. The population of this research is all customers of “de_Kalosi” cafe which is located on Jalan Keputih Tegal No.32 Surabaya. The sample collection technique has been carried out by using purposive sampling and the numbers of samples are 100 respondents. The analysis technique has been done by using path analysis.

The result of the test shows that brand image and atmosphere does not have any significant influence to the customer satisfaction. Price has significant influence to the customer satisfaction. Customer satisfaction has significant influence to the purchasing decision. Brand image does not have any significant direct influence to the purchasing decision, but atmosphere and price has significant influence to the purchasing decision. It indicates that the path of brand image and atmosphere cannot be linked indirectly to the purchasing decision through customer satisfaction because the path is not significant. Meanwhile, price has significant influence to the purchasing decision through customer satisfaction can be linked because all coefficient values show significant path. This result shows that when someone decides to conduct purchasing, it is influenced by price and it will increase, when it is linked to the customer satisfaction variable.

Keywords: Brand image, atmosphere, price, customer satisfaction, purchasing decision.