

ABSTRAK

Destiana (1005588) “Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Steak House* Kota Bandung”. Di bawah bimbingan HP. Diyah Setiyorini, MM dan Wendi Andriatna, STP.,M.Si.

Restoran Steak yang lebih khusus dan spesialisasi lagi biasanya dikenal dengan *Steak House*. *Steak House* Kota Bandung sendiri cukup banyak dan terus berkembang sangat pesat. Banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan citra merek yang paling membuat penulis tertarik dan melatarbelakangi penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Steak House* Kota Bandung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Objek penelitian ini adalah konsumen pada *Steak House* Kota Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif dengan metode *survey* dengan teknik *probability sampling* serta jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan alat bantu *software* komputer SPSS 20.0. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan penyebaran kuisioner.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tetapi kepuasan konsumen berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial dengan pengaruhnya sebesar 64,3%, dan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, bahwa saran yang diuraikan pada *steak house* di Kota Bandung, yaitu rendahnya atau tidak berpengaruhnya citra merek terhadap keputusan pembelian merupakan hal harus diteliti kembali oleh para pemilik *steak house*, karena sebagian dari mereka tidak memutuskan membeli *steak house* karena dari citra merek itu sendiri, maka citra merek harus ditingkatkan agak *steak house* Kota Bandung dapat lebih banyak dikunjungi karena adanya citra merek yang baik, tetapi dari hasil data menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian itu sudah baik tetapi masih harus ditingkatkan.

Kata kunci : citra merek, kepuasan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

Destiana (1005588) “The Influence of Brand Image and Customer Satisfaction to the Purchase Decision On Bandung City Steak House”. Under the advisory of HP. Diah Setiyorini, MM dan Wendi Andriatna, STP.,M.Si.

Steak Restorant more specialized and specialization more usually known as steak house. Steak house city of bandung own quite a lot and continue to grow very rapidly. Many factors that affects purchase decision, customer satisfaction, brand image and make the most interested and writer behind the research with a title “The Influence of Brand Image and Customer Satisfaction of The Decision on a Steak House Purchase City of Bandung”.

This study aimed to determine the effect of brand image and customer satisfaction to the purchase decision either simultaneously or partial. The object of this research is consumers steak house in the city of bandung. The independent variable in this study is brand image (X_1) and customer satisfaction (X_2) while the dependent variable is purchase decision (Y). This research is a verification descriptive with survey method and uses probability sampling the 200 respondents. The data analysis technique used is the path analysis by the means of spss 20.0 computer software. The data used is the data obtained from the interviews and the spread of kuisisioner.

The result of the study stated that the brand image not affect to the purchase decision, but customer satisfaction influential in a positive way with the purchase decision of simultaneously and partial by 64,3 %, and the rest of 35,7 % effect by another not be researched.

Based on the results of research and the conclusion that has been described above that advice which was expounded in steak house in the city of bandung, that low or no effect of the brand image with the purchase decision is something has to be researched back by the owners of the steak house, because some of them does not decide buy steak house because of brand image itself, The image of a brand to be raised to a steak house the city of bandung more can be visited because of the image of a good brand, but data from the stated that customer satisfaction effect to the purchase decision it was have been good but still must be improved.

Keywords: brand image, customer satisfaction, purchase decision