

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada Konsumen Rokok Sampoerna A Mild Di Kota Sintang,
Kalimantan Barat)

Elin
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen 2) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen 3) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen 4) pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi 5) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi 6) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen rokok Sampoerna A Mild yang melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 1 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara online, dari penyebaran kuesioner tersebut didapatkan responden sejumlah 120. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi *Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 2) harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 3) promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 4) keputusan pembelian memediasi penuh pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen 5) keputusan pembelian memediasi penuh pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen 6) keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci: citra merek, harga, promosi, kepuasan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION WITH PURCHASING DECISION AS MEDIATING VARIABLE

(Study On Sampoerna A Mild Cigarette Consumer In Sintang, West Kalimantan)

Elin
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) the effect of brand image on consumer satisfaction 2) the effect of price on consumer satisfaction 3) the effect of promotion on consumer satisfaction 4) the effect of brand image on consumer satisfaction with purchasing decisions as a mediating variable 5) the effect of price on customer satisfaction with purchase decision as a mediating variable 6) the effect of promotion on consumer satisfaction with purchase decisions as a mediating variable. The sample of this study were consumers of Sampoerna A Mild cigarettes who purchased at least 2 times in the last month. The sampling technique in this study used purposive sampling. The data collection technique by distributing questionnaires online from distributing the questionnaires obtained a number of 120 respondents. The data analysis technique in this study uses Partial Least Square (PLS) using the Smart PLS 3.0 application. The results of this study show that: 1) brand image has an effect on consumer satisfaction 2) price has an effect on consumer satisfaction 3) promotion has no effect on consumer satisfaction 4) purchasing decisions have a full mediate for the influence of brand image on consumer satisfaction 5) purchasing decisions have a full mediate for the influence of price on consumer satisfaction 6) purchase decisions does not mediate the effect of promotion on consumer satisfaction

Keywords: brand image, price, promotion, customer satisfaction, purchasing decision