

ABSTRAK

Kepuasan terhadap perusahaan pada dasarnya akan dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk Restoran Pizza Hut itu sendiri. Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Harga adalah salah satu bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Citra merek adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. *Word of Mouth Communication* merupakan pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide di antara dua konsumen atau lebih, yang tak satupun merupakan sumber pemasaran. Keputusan pembelian adalah proses integritas yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis data primer. Data dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner kepada konsumen di restoran Pizza Hut di Citraland Semarang. Analisis data dilakukan kepada 96 responden dengan menggunakan program *SPSS 22*. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier dengan intervening variabel, koefisien determinasi, uji statistik F dan uji Statitik t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan keputusan pembelian, harga, citra merk dan *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial harga dan citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial keputusan pembelian, harga dan citra merk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Keputusan pembelian, kepuasan pelanggan, harga, citra merk dan *word of mouth*.

ABSTRACT

Satisfaction with the company basically will be able to improve and maintain consumer loyalty to products Restaurants Pizza Hut itself. Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing the performance of the product is perceived (or result) to their expectations. Price is one of the marketing mix (marketing mix) that can be used the company to achieve its marketing objectives. Brand image is the public perception of the company or its products. Word of Mouth Communication is the exchange of comments, thoughts, or ideas between two or more customers, none of which is a source of marketing. The purchase decision is the integrity of the process undertaken to combine the knowledge to evaluate two or more alternatives and choose one of them.

This research uses descriptive method with the type of primary data. The data were obtained from questionnaires to consumers in the Pizza Hut restaurant in Citraland Semarang. Data analysis was conducted to 96 respondents using SPSS 22. Test the quality of the data using validity and reliability test, classic assumption test using normality test, multicollinearity, and heteroscedasticity test, hypothesis testing using analysis regression with intervening variabel, the coefficient of determination, statistical test F and Statitik t test.

The results of this study showed that simultaneous purchasing decisions, price, brand image and word of mouth influence on customer satisfaction. Partially price and brand image influence on purchase decisions, while word of mouth does not affect the purchase decision. Partially purchasing decisions, price and brand image effect on customer satisfaction, while word of mouth has no effect on customer satisfaction.

Keywords: Purchasing decisions, customer satisfaction, pricing, brand image and word of mouth.