

## **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola di Semarang**

**AZMI ABDILLAH**

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202642@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel harga, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen minuman Coca-Cola. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yang dibagikan kepada konsumen minuman Coca-Cola di Semarang dengan jumlah sampel 200. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling, dengan salah satu metodenya adalah purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen minuman Coca-Cola di Semarang. Sedangkan variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Coca-Cola di Semarang .

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Konsumen

## **Analysis of Factors Affecting Customer Satisfaction on Purchasing Decision Coca-Cola Beverages in Semarang**

**AZMI ABDILLAH**

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202642@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

This research aimed to analyze the variables of Price, product quality, brand image on purchasing decision and customer satisfaction of Coca-Cola beverages. Collecting data in this study using questionnaire, which was distributed to consumers who drink Coca-Cola in Semarang with sample as much as 200 consumers of drink Coca-Cola. Sampling technique used non-probability sampling, with one of method is purposive sampling. Data were analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM). The research showed that the product quality has positive and significant influence on purchasing decisions and customer satisfaction on Coca-Cola beverages . While the variable brand image and price does not influence on purchasing decision Coca-Cola beverages in Semarang.

**Keyword** : Price, Product Quality, Brand Image, Purchasing decisions, and Consumer Satisfaction