

Abstrak

Industri makanan dan minuman sangat menjanjikan di masa depan . Salah satu industri makanan dan minuman yang cukup potensial minuman kopi bubuk . bubuk kopi sekarang dibagi menjadi dua jenis kopi hitam dan kopi putih . kopi putih sebagai waktu pengembangan menjadi pasar komoditas kopi cukup menarik dengan sendirinya selain kopi hitam . Kopi putih dianggap memiliki efek yang lebih baik karena mengandung tingkat yang lebih rendah asam dan aman untuk pencernaan . Pada saat ini konsumsi kopi putih itu sendiri sudah cukup untuk naik bersama dengan gaya hidup sosialita dan pembangunan yang ada saat ini. Harga , Brand Image , dan Kepuasan menjadi factor yang dipertimbangkan oleh produsen kopi putih sendiri . Oleh karena itu , peneliti ingin menguji Analisa Pengaruh Harga & Brand Image terhadap pembelian ulang dengan Kepuasan sebagai Mediasi Produk White Coffee Merk Kapal Api.

Metode penelitian ini menggunakan Purposive Sampling yang menggunakan responden yang suka minum kopi terutama kopi putih , dan menggunakan data primer (quesioner) di mana ada tingkat pengaruh dari harga dan Brand Image terhadap kepuasan yang pada akhirnya berujung pada keputusan pembelian ulang oleh konsumen . Model ini akhirnya akan menganalisis dengan model Path Analysis dimana pada hasil dan pembahasan didapatkan hasil bahwa Harga (X1), Brand Image / Citra Merek (X2), dan Kepuasan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang (X4). Hal ini membuktikan bahwa semakin kompetitif Harga, tingginya tingkat Brand Image, dan Tingginya tingkat Kepuasan akan membuat konsumen memutuskan untuk membeli kembali produk white coffee merk Kapal Api.

Abstract

The food and beverage industry is very promising in the future. One of the food and beverage industry is quite potential powder coffee drinks. coffee powder is now divided into two types of black coffee and white coffee. white coffee as a development time into a commodity coffee market is quite interesting by itself in addition to black coffee. White coffee is considered to have a better effect because it contains a lower level of acid and is safe for digestion. At this time the consumption of white coffee itself is enough to ride along with the socialite lifestyle and development that exists today. Price, Brand Image, and Satisfaction are the factors considered by the white coffee producers themselves. Therefore, the researcher wanted to test the Influence Analysis of Price & Brand Image on the re-purchase with Satisfaction as Mediation of White Coffee Product of Brand of Kapal Api.

This research method uses Purposive Sampling which use respondent who likes to drink coffee especially white coffee, and use primary data (questioner) where there is level of influence from price and Brand Image to satisfaction which finally ends at buying decision by consumer. This model will finally analyze with Path Analysis model where in result and discussion got result that Price (X1), Brand Image (X2), and Satisfaction (X3) have a significant positive effect to Purchase Decision (X4). This proves that the more competitive price, the high level of Brand Image, and the high level of Satisfaction will make consumers decide to buy back the white coffee products of the brand of Kapal Api.