

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan, kewajaran harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk French Fries 2000 di Kota Semarang. Penelitian ini didasari oleh fenomena kesenjangan kinerja penjualan produk PT Siantar Top dibandingkan kompetitor utamanya di pasar digital. Selain itu, citra merek diuji sebagai variabel mediasi untuk memperjelas mekanisme pembentukan kepuasan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 106 responden melalui teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah konsumen French Fries 2000 di Kota Semarang yang berusia minimal 17 tahun. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan, kewajaran harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Citra merek ditemukan sebagai prediktor paling dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,539. Temuan ini mengonfirmasi bahwa reputasi merek yang kuat dan terpercaya menjadi faktor kunci bagi PT Siantar Top untuk mempertahankan kepuasan konsumen di tengah persaingan industri makanan.

Kata kunci: Kualitas Makanan, Kewajaran Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

