

ABSTRAK

Permasalahan pada Rumah Brownies Maylisa Banyumanik adalah terjadinya penurunan jumlah pembelian ulang yang terjadi pada bulan Juli 2015 hingga April 2016. Berdasarkan pasurvei yang dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar pelanggan merasa tidak puas terhadap Rumah Brownies Maylisa Banyumanik. Berdasarkan fenomena gap dan riset gap yang diperoleh dari penelitian terdahulu, maka diduga faktor yang mempengaruhi penurunan kepuasan dan keputusan pembelian ulang adalah citra merek dan kepercayaan merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap kepuasan dan keputusan pembelian ulang pada Rumah Brownies Maylisa.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Brownies Maylisa Banyumanik. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah 97 orang pelanggan Rumah Brownies Maylisa Banyumanik yang telah melakukan transaksi lebih dari satu kali. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan *path* analisis.

Berdasarkan hasil citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap kepuasan dan keputusan pembelian ulang pelanggan Rumah Brownies Maylisa. Kepuasan mampu memediasi pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian ulang pada Rumah Brownies Maylisa.

Kata kunci : citra merek dan kepercayaan merek, kepuasan, keputusan pembelian ulang