

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis keputusan pembelian yang didasarkan pada aspek citra merek Jatón Café Semarang. Adapun masalah penelitian ini yaitu : upaya apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui citra merek? Populasi penelitian ini pelanggan Jatón Café Semarang, dengan sampel orang yang pernah melakukan pembelian di Jatón Café Semarang sehingga responden yang diperoleh sebesar 120 Orang. Penggunaan alat analisis berupa SEM pada Program AMOS 2.4. hasil pengujian menunjukkan, dari 4 hipotesis semuanya diterima.

Kualitas Makanan (H1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, , Kualitas Layanan (H2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, Lingkungan Fisik (H3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, Citra Merek (H4) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Lingkungan Fisik, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.