

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of brand and hedonist life on indomaret consumer satisfaction at Sidoarjo which had an impact on the decision to buy back. The purpose of this study was to determine the direct effect of brand variables and hedonic life variables on customer satisfaction and the indirect effect between brand variables and hedonic life variables on customer satisfaction through repurchase decision variables as intervening variables. This research was used using a quantitative approach that is research that focuses on testing hypotheses with statistical methods and conclusions. The population in this study were 100 people who are indomaret consumers with a sample of 80 people. Methods of data collection using questionnaires and interviews and testing conducted using SPSS 21.0 for Window's. Based on the results of path analysis it is known that the influence of brand variables has a direct influence on the variable of customer satisfaction by 0,000 because it is smaller than 0.05, the hedonic life variable directly has no effect on customer satisfaction by 0.254 because it is greater than 0, 05, the brand variable directly does not have an effect on repurchase of 0.805 because it is greater than 0.05, the hedonic life variable directly has no effect on repurchase of 0.540 because it is greater than 0.05, the variable of customer satisfaction directly has an influence of repurchases with a value of 0,000 because it is smaller than 0.005. As for the indirect effect of brand variables on customer satisfaction through significant repurchases with a direct influence value of 0.041 and indirectly of 0.899 and for the indirect effect of a hedonic life variable on consumer satisfaction through a significant buy back with a value of direct influence 0.030 and for the influence indirectly of 0.036.

Keywords: *Brand, Hedonic Life, Consumer Satisfaction and Repurchase*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh brand dan hedonis life terhadap kepuasan konsumen indomaret wilayah sidoarjo yang berdampak pada keputusan pembelian kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung variabel brand dan variabel hedonis life terhadap kepuasan konsumen serta pengaruh secara tidak langsung antara variabel brand dan variabel hedonis life terhadap kepuasan konsumen melalui variabel keputusan pembelian kembali sebagai variabel intervening. Penelitian ini digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan alat metode statistik dan kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah 100 orang yang merupakan konsumen indomaret dengan sampel sejumlah 80 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara serta pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS 21.0 for Window's*. Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) diketahui bahwa pengaruh variabel brand mempunyai pengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 0,000 karena lebih kecil dari 0,05, variabel hedonis life secara langsung tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,254 karena lebih besar dari 0,05, variabel brand secara langsung tidak mempunyai pengaruh terhadap pembelian kembali sebesar 0,805 karena lebih besar dari 0,05, variabel hedonis life secara langsung tidak mempunyai pengaruh terhadap pembelian kembali sebesar 0,540 karena lebih besar dari 0,05, variabel kepuasan konsumen secara langsung mempunyai pengaruh terhadap pembelian kembali dengan nilai sebesar 0,000 karena lebih kecil dari 0,005. Sedangkan untuk pengaruh secara tidak langsung variabel brand terhadap kepuasan konsumen melalui pembelian kembali signifikan dengan nilai pengaruh langsung 0,041 dan secara tidak langsung sebesar 0,899 dan untuk pengaruh secara tidak langsung variabel hedonis life terhadap kepuasan konsumen melalui pembelian kembali signifikan dengan nilai pengaruh langsung 0,030 dan untuk pengaruh secara tidak langsung sebesar 0,036.

Kata kunci : Brand, Hedonis Life, Kepuasan Konsumen dan Pembelian Kembali.