

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SUSHI TEI DI SUMMARECON MALL KOTA
BEKASI**

**Alinurdin Sidik
10219541**

ABSTRAK

Sushi Tei didirikan pada tahun 2003 dan sampai saat ini sudah memiliki 54 outlets di 11 kota besar di Indonesia salah satunya gerai Sushi Tei yang berlokasi di Summarecon Mall Kota Bekasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga, kualitas produk dan *customer experience* terhadap keputusan pembelian pada Sushi Tei di Kota Bekasi secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Sushi Tei Di Summarecon Mall Kota Bekasi.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diambil melalui penyebaran kuesioner yaitu kepada konsumen yang datang ke tempat makanan jepang Sushi Tei Di Summarecon Mall Kota Bekasi. Data kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesiner dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 150 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik metode *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan *Customer Experience* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel Persepsi Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Sushi Tei di Summarecon Mall Kota Bekasi. Citra Merek, Kualitas Produk dan *Customer Experience* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Sushi Tei di Summarecon Mall Kota Bekasi.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan *Customer Experience*
(xiv + 86 + Lampiran)
Daftar Pustaka (2011 – 2022)