

RINGKASAN

Kepemilikan rumah saat ini tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok sebagai sarana tempat tinggal, tetapi juga telah menjadi alternatif investasi. Perusahaan properti yang semakin banyak membuat konsumen memerlukan waktu untuk memutuskan membeli rumah di perusahaan properti merek tertentu. Menjaga citra merek dan *after sales service* adalah usaha perusahaan untuk menarik pembelian dan kepuasan konsumen. Penjualan pada PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil dari tahun 2019-2022. Penurunan penjualan yang berlangsung dalam jangka waktu lama, dapat menyebabkan perusahaan kehilangan pangsa pasar kepada pesaing yang lebih sukses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian rumah dan kepuasan konsumen PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu. Metodologi dalam penelitian ini yaitu *PLS (Partial Least Square)* terhadap sampel sebanyak 110 responden yang merupakan konsumen PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu, Pasuruan yang telah Serah Terima rumah dari tahun 2019-2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian rumah, ada pengaruh signifikan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen The Taman Dayu. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan citra merek melalui promosi yang lebih banyak baik secara online maupun offline, lebih memperbanyak desain produk rumah kekinian dan meningkatkan servis perbaikan maupun penyempurnaan rumah untuk lebih cepat dan hasil maksimal guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: citra merk; kepuasan konsumen; keputusan pembelian; pelayanan purna jual

SUMMARY

Home ownership today is not only for fulfilling basic needs as a means of residence, but also has become an alternative investment. More and more property companies make consumers need time to decide to buy a house in a certain brand property company. Maintaining the brand image and after sales service is the company's efforts to attract consumer purchases and satisfaction. Sales at PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu have experienced unstable increases and decreases from 2019-2022. A decrease in sales that lasts for a long time can cause the company to lose market share to more successful competitors. This study aims to determine the effect of brand image and after sales service on home buying decisions and consumer satisfaction at PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu. The methodology in this study is PLS (Partial Least Square) for a sample of 110 respondents who are consumers of PT Ciputra Development Tbk-The Taman Dayu, Pasuruan who have handed over their homes from 2019-2022. The results of the study show that there is a positive and significant influence between brand image and after sales service on home buying decisions, there is a significant influence on buying decisions on consumer satisfaction. Brand image it has no significant effect on customer satisfaction at The Taman Dayu. The company is expected to be able to improve its brand image through more promotions both online and offline, more contemporary home product designs and improve home repair and improvement services for faster and maximum results in order to increase consumer satisfaction.

Keywords: *after sales service; brand image; buying decision; consumer satisfaction*