

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh manfaat yang dirasakan dan risiko yang dirasakan terhadap memori positif dan dampaknya pada kepuasan pelanggan. Penggunaan variable-variabel tersebut mampu menyelesaikan permasalahan pada English First.

Sampel penelitian ini adalah pelanggan English First, sejumlah 100 responden. Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data.

Hasil analisis menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan risiko yang dirasakan berpengaruh terhadap memori positif dan berdampak pada kepuasan pelanggan. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan positif memori positif, risiko yang dirasakan berpengaruh signifikan positif memori positif, dan memori positif berpengaruh signifikan positif kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, memori positif, dan kepuasan pelanggan.

