

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini penentuan sampel dilakukan dengan metode penarikan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) dengan prosedur *purposive sampling*, yang artinya tetnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengolahan data penelitian menggunakan analisi data responden menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 16 untuk menguji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya di lihat seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk, keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan pada pengujian hipotesis. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, keputusan pembelian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan merupakan variabel mediasi.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions with customer satisfaction as a mediating variable. In this study the determination of the sample is done by non-probability sampling method with a purposive sampling procedure, which means the technique of determining the sample with certain considerations. With a total sample of 100 people. Research data processing using data analysis of respondents using simple regression analysis and multiple regression analysis with the help of SPSS 16 to test the validity and reliability. Next, see how much influence product prices and quality, purchasing decisions and customer satisfaction on hypothesis testing. The results of the study concluded that the price variable has a significant influence on purchasing decisions, product quality has a significant influence on purchasing decisions, prices significantly influence customer satisfaction, product quality significantly influence customer satisfaction, purchasing decisions have a significant influence on customer satisfaction, and satisfaction the customer is mediating variable.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision and Customer Satisfaction