

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Keputusan Pembelian (Z) timbangan digital pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya secara signifikan maupun tidak. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 82 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Alat Uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan software SPSS 26.0. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang telah diajukan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , Kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ , Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ , Keputusan pembelian (Z) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$ , Lalu kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z) serta Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z).

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

## **ABSTARCT**

*This research was conducted to find out the effect of Product Quality ( $X_1$ ) and Price ( $X_2$ ) on Customer Satisfaction ( $Y$ ) through the Purchase Decision ( $Z$ ) of digital scales at PT VGA Scale Indonesia Surabaya Branch significantly or not. This research was conducted using quantitative research. The population in this study were all customers of PT VGA Scale Indonesia Surabaya Branch. The data used are primary and secondary data using a sample of 82 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The test tool used was a path analysis technique (Path Analysis) using SPSS 26.0 software. After testing the hypothesis that has been proposed, the results of this study indicate that product quality ( $X_1$ ) has a significant effect on purchasing decisions ( $Z$ ) with a significant value of  $0,000 < 0.05$ , product quality ( $X_1$ ) has a significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ) with a significant value of  $0.004 < 0.05$ , Price ( $X_2$ ) significantly influences the purchase decision ( $Z$ ) with a significance of  $0,000 < 0.05$ , Price ( $X_2$ ) influences customer satisfaction ( $Y$ ) with a significance of  $0.001 < 0.05$ , Purchasing decision ( $Z$ ) has a significant influence on customer satisfaction ( $Y$ ) with a significance value of  $0.013 < 0.05$ . Then the product quality ( $X_1$ ) has a significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ) through a purchase decision ( $Z$ ) and Price ( $X_2$ ) significantly influence customer satisfaction ( $Y$ ) through a purchasing decision ( $Z$ ).*

**Keyword : Quality Product, Price, Purchase Decision, Customer Satisfaction**