

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Analisis Kelengkapan Produk Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada CV. Mantep Etan Kraksaan Probolinggo. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesa, dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sample pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung atau membeli di Pada CV. Mantep Etan Kraksaan Probolinggo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non probability Sampling* yaitu teknik *Insidental Sampling*. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dengan software SPSS. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyaminat beli, kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap minat beli melalui kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli.

ABSTRACT

This study is intended to determine the Analysis of Product Quality of Service Quality on Purchase Interests that Impacts on Consumer Satisfaction as Intervening Variables in CV. Mantep Etan Kraksaan Probolinggo. This research was conducted with a quantitative approach that is, research that focuses on testing hypotheses, with statistical method analysis tools and generating conclusions that can be generalized. The sample in this study are consumers who have visited or bought at CV. Mantep Etan Kraksaan Probolinggo. Samples used in this study were 96 respondents with a sampling technique using Non-probability Sampling, namely the Insidental Sampling technique. The test tool used is the path analysis technique with SPSS 20. After testing the proposed hypothesis, the results of product completeness affect customer satisfaction, service quality influences customer satisfaction, product completeness influences purchasing behavior, quality services affect buying interest, consumer satisfaction affects buying interest, product completeness has no effect on buying interest through customer satisfaction, and service quality has no effect on buying interest through customer satisfaction.

Keywords: Product Completeness, Service Quality, Consumer Satisfaction, Purchase Interest.