

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena banyaknya hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian akan suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan pembelian produk ultrajaya di Surabaya. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel merek, keluhan konsumen dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Merek, Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultrajaya di Surabaya dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening” dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden pelanggan produk Ultrajaya di Surabaya. Setelah melakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Jalur, Uji Sobel, Koefisien determinasi dan Uji Individula / Uji t diolah menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan sub struktur 1 yaitu $Z = 0,244 X_1 + 0,610 X_2 + 0,604 \epsilon_1$ dan persamaan sub struktur 2 yaitu $Y = 0,332 X_1 + 0,280 X_2 + 0,371 Z + 0,466 \epsilon_1$ dimana X_1 adalah merek, X_2 adalah keluhan pelanggan, Z adalah kepuasan pelanggan dan Y adalah keputusan pembelian. Masing masing variabel pada sub struktur 1 yaitu merek dan keluhan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga pada sub struktur 2 masing – masing variabel yaitu merek, keluhan pelanggan dan kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Merek, Keluhan Pelanggan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

This research is done because the things that can affect consumers to make the process of purchasing the product. The purpose of this study is to know the purchase decision of ultrajaya product in Surabaya. Researches want to know how much influence of brand variabel, consumers complaint and consumers satisfaction as intervening variable. In this study entitled “ Analysis Impact Of Brand, Consumers Complaint To Purchase Decision Of Ultrajaya Product In Surabaya and Consumer Satisfaction As Intervening Variable” with the number of samples of the total of 50 responden ultrajaya product costumers in Surabaya. After conducting a series of tests that are test validity, reliabilty test, normality test, classic assumption test, path analysis, sobel test, coefficient determination and individual test/ t test is processed using *SPSS* then obtained the equation sub structure 1 is $Z = 0,244 X1 + 0.610 X2 + 0.604 \epsilon_1$ and the equation of structure 2 is $Y = 0,332 X1 + 0,280 X2 + 0,371 Z + 0,466 \epsilon_1$ where $X1$ is brand, $X2$ is costumers complaint, Z is costumers satisfaction and Y is purchase decision. Each variable in sub structure 1 is brand and costumers complaint partially have a significant effect on consumers satisfaction. Likewise in sub structure 2 each variable is brand, consumers complaint and costumers satisfaction partially significant effect on purchasing decision.

KeyWord : Brand, Consumers Complaint, Consumer Satisfaction, Purchasing Decision.