

## **ABSTRAC**

*This study was conducted to determine the effect of innovation and product quality on purchase decisions of motorcycle spart that have an impact on customer satisfaction. The purpose of this study is to find out the direct effect of innovation variables and product quality on customer satisfaction, the indirect effect between innovation variables and product quality on customer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable. This research was conducted using a quantitative approach, namely. Research that focuses on hypothesis testing with statistical method analysis tools and conclusions.*

*The population of this study is consumers UD. Erna Jaya Ngingas Sidoarjo with a sample of 100 respondents using the Lemeshow formula. Methods of collecting documentation and questionnaires. While data analysis is done through path analysis to determine the direct effect of using SPSS 25.0 for windows and for indirect effects using the sobel test method.*

*Based on the results of path analysis, it is known that the direct influence of the innovation variable has a coefficient of 0.458 with a statistical value of 3.188 to customer satisfaction. The product quality variable has a coefficient of 0.533 with a statistical value of 4.016 to customer satisfaction. The purchase decision variable as an intervening variable has a coefficient of 0.436 with a statistical value of 4.805. And the results of the indirect effect of innovation variables on customer satisfaction through purchasing decisions have coefficient values generated from the sobel test of 0.324 with a statistical value of 3.042. Product quality variables on customer satisfaction through purchasing decisions have a coefficient of 0.191 with a statistical value of 2.726. Based on these results it can be seen that the direct effect is greater than the indirect effect. And product quality variables that most influence customer satisfaction.*

**Keywords: innovation, product quality, purchasing decisions and customer satisfaction.**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sparepart motor yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara variabel inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh secara tidak langsung antara variabel inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu. Penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan.

Populasi penelitian ini adalah konsumen UD.Erna Jaya Ngingas Sidoarjo dengan sampel sejumlah 100 responden menggunakan rumus Lemeshow. Metode pengumpulan data dokumentasi dan kuesioner. Sementara analisa data dilakukan melalui analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung menggunakan SPSS 25.0 *for windows* dan untuk pengaruh tidak langsung menggunakan metode uji sobel.

Berdasarkan hasil analisis jalur diketahui bahwa pengaruh langsung variabel inovasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,458 dengan nilai *statistic* 3,188 terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,533 dengan nilai *statistic* 4,016 terhadap kepuasan pelanggan. Variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening mempunyai nilai koefisien sebesar 0,436 dengan nilai *statistic* 4,805 terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil pengaruh tidak langsung variabel inovasi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian mempunyai nilai koefisien yang dihasilkan dari uji sobel sebesar 0,324 dengan nilai *statistic* 3,042. Variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian mempunyai nilai koefisien sebesar 0,191 dengan nilai *statistic* 2,726. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh langsung lebih besar di bandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Dan variabel kualitas produk yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : inovasi, kualitas produk, keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.**