

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Toko Libra Aroma Padang Panjang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survey dan mmegeuarkan kuesioner melalui form. Dengan populasi 389 orang sampel 80 responden yang didapatkan dari rumus slovin. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur menggunakan smartpls.

Hasil analisis data menyimpulkan, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Keragaman Produk terhadap Pebelian Ulang. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan antara Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan antara kepuasan pelanggan antara Pembelian Ulang. Tedapat pengaruh positif yang tidak signifikan Keragaman produk terhadap Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan Keragaman produk terhadap Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Ulang, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine how influential Product Diversity and Product Quality have on the Repurchase Decisions of Costumers of Libra Aroma Padang Panjang Store with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. This research uses quantitative methods. Data collection methods through surveys and distributing questionnaires through forms. With a population of 389 people, a sample of 80 respondents was obtained from the Slovin formula. The analysis method used is path analysis using smartpls.

The results of the data analysis concluded, there is a significant positive influence between Product Diversity on Repurchase. There is a significant positive influence between Product Quality on Repurchase. There is a non-significant positive influence between Product Diversity on Customer Satisfaction. There is a significant positive influence between Product Quality on Customer Satisfaction. There is a non-significant positive influence between customer satisfaction and Repurchase. There is a non-significant positive influence of Product Diversity on Repurchase through Customer Satisfaction. There is a non-significant positive effect of product diversity on repurchase through customer satisfaction.

Keywords: *Product Diversity, Product Quality, Repurchase Decision, and Customer Satisfaction*