

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada d'SRUPUT Cabang UPI. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan populasi 10.108 orang sampel 100 responden yang didapatkan dari Rumus *slovin*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur menggunakan *smartpls*.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keragaman Produk terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh positif yang tidak memediasi Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif yang tidak memediasi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine how much influence product and price diversity has on purchasing decisions with customer satisfaction as an intervening variable at d'SRUPUT UPI branch. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires, with a population of 10.108 people a sample of 100 respondents obtained from the slovin formula. The analysis method used is path analysis using smartpls.

The research results obtained based on the Partial Test There is a positive and significant influence between Product Diversity on customer satisfaction. There is a positive and significant influence between price and customer satisfaction. There is a positive and insignificant effect between Product Diversity on purchasing decisions. There is a positive and significant influence between price and purchasing decisions. There is a positive and insignificant influence between customer satisfaction and purchasing decisions. There is a positive influence that does not mediate product diversity on purchasing decisions through customer satisfaction. There is a positive influence that does not mediate price on purchasing decisions through customer satisfaction.

Keywords: *Product Diversity, Price, Purchase Decision and Customer Satisfaction.*