

## ABSTRAK

Alfani Muslimah, No.BP: 18101155310105, jurusan Manajemen 2018. “Pengaruh *Direct Selling* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Metro Kabupaten Dharmasraya” di bawah bimbingan Bapak Dr.Yulasmi, SE, MM dan Bapak M.Afuan, SE, MM. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar Pengaruh *Direct Selling*, *Sales promotion*, Terhadap Keputusan Pembelian melalui kepuasan Pelanggan Sebagai variabel intervening Pada PT.Metro Kabupaten Dharmasraya. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 95 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS.

Hasil yang didapatkan : *Direct Selling* dan *sales* mempengaruhi dominan kepuasan pelanggan sebanyak 70% dan juga tidak mengabaikan variabel lain di luar penelitian ini, *Direct Selling* dan *Sales Promotion* melalui kepuasan pelanggan mempengaruhi dominan keputusan Pembelian sebanyak 62% dan juga tidak mengabaikan variabel lain di luar penelitian ini. Maka penulis menyarankan kepada PT. Metro Dharmasraya untuk dapat meningkatkan *Direct Selling* dan *Sales promotion* untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian dan juga tidak mengabaikan variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci : *Direct Selling*, *Sales promotion*, *Kepuasan Pelanggan* dan *Keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

*Alfani Muslimah, No. BP: 18101155310105, majoring in Management 2018. "The Influence of Direct Selling and Sales promotion on Purchase Decisions Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable at PT. Metro Dharmasraya Regency" under the guidance of Mr. Dr. Yulasmi, SE, MM and Mr. M. Afuan, SE, MM. The purpose of this study was to examine how big the influence of Direct Selling, Sales promotion, on Purchase Decisions through Customer Satisfaction as an intervening variable at PT.Metro, Dharmasraya Regency. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 95 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis and path analysis using SPSS.*

*Results obtained : Direct Selling and Sales have a dominant influence on customer satisfaction as much as 70% and also do not ignore other variables outside this research, Direct Selling and Sales Promotion through customer satisfaction have a dominant influence on purchasing decisions as much as 62% and also do not ignore other variables outside this research. So the authors suggest to PT. Metro Dharmasraya to be able to increase Direct Selling and Sales promotion to influence customer satisfaction and improve purchasing decisions and also not to ignore other variables outside this research.*

***Keywords: Direct Selling, Sales promotion, Customer Satisfaction and Purchase Decision***