

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada *New Prima Bakery* Gurung Laweh Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *non probability* sampling dengan *purposive* sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Serta Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji analisis jalur Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan variabel intervening Kepuasan Pelanggan pada Roti *New Prima Bakery* dan Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan variabel intervening Kepuasan Pelanggan pada Roti *New Prima Bakery*.

Kontibusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel *dependen* Kepuasan Pelanggan (Z) adalah sebesar 0,483 atau 48,3%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 0,517 atau 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kontibusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel *dependen* Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,606 atau 60,6%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 0,394 atau 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to test how much the influence of product quality and price on purchasing decisions with customer satisfaction as an intervening variable at New Prima Bakery Gurung Laweh Padang. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling. The analysis method used is multiple regression analysis and path analysis using SPSS 21.

The results obtained based on the partial test (t test) showed that the product quality and customer satisfaction partially had a significant effect on purchasing decisions. And product quality partially has a significant effect on customer satisfaction.

The results of the path analysis of Product Quality have a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions with the intervening variable Customer Satisfaction at New Prima Bakery and Price has a negative and insignificant effect on Purchasing Decisions with the intervening variable Customer Satisfaction at New Prima Bakery Bread.

The contribution of the independent variable Product Quality and Price to the dependent variable Customer Satisfaction (Z) is 0.483 or 48.3%. While the rest is 0.517 or 51.7% influenced by other variables outside this study. The contribution of the independent variable product quality, price and customer satisfaction to the dependent variable of purchase decision (Y) is 0.606 or 60.6%. While the rest is 0.394 or 39.4% influenced by other variables outside this study.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Purchasing Decision