

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Harga Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pantes Pizza Di 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 korelasi, regresi linear berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan analisis statistik diperoleh Harga dan Persepsi Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian berdasarkan analisis statistik diperoleh Harga, Persepsi Pelanggan dan Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Hasil analisis jalur Pengaruh langsung Harga lebih kecil di banding dengan pengaruh tidak langsung Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan. Pengaruh langsung Persepsi Pelanggan lebih kecil di banding dengan pengaruh tidak langsung Persepsi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci : Harga, Persepsi Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian Ulang