

ABSTRAK

Dimas Araydi Vangga, No.BP 17101155310171, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Dhio Auto *Accesories*” dibawah bimbingan Bapak Emil Salim, S.E., M.M., dan Bapak Dodi Suryadi, S.E.,M.M.,

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 100 responden konsumen atau pelanggan pada Bengkel Dhio Auto *Accesories*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan (Sig<0,05), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan (Sig<0,05). Berdasarkan analisis jalur pengaruh langsung Kualitas Produk lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung Kualitas Produk (X_1) melalui Kepuasan Konsumenn terhadap Minat Beli. Serta pengaruh langsung Kualitas Pelayanan (X_2) lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli. Kontribusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel *dependen* Kepuasan Konsumen adalah sebesar 48,9%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 52,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kemudian kontribusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap variabel *dependen* Minat Beli adalah sebesar 75,2%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 25,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli

ABSTRACT

Dimas Araydi Vangga, No.BP 17101155310171, Management of the Faculty of Economics and Business (2020), "The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchase Intention through Consumer Satisfaction as an Intervening Variable in the Dhio Auto Accessory Workshop" under the guidance of Mr. Emil Salim, SE, MM, and Mr. Dodi Suryadi, SE, MM,

This study aims to test how much "The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchase Intention through Customer Satisfaction as an Intervening Variable". Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 100 consumer respondents or customers at the Dhio Auto Accesories Workshop. The analytical method used is multiple linear regression and path analysis using SPSS 21. The results of the research obtained based on the Partial Test (t test) showed that Product Quality and Service Quality partially had a significant effect on Customer Satisfaction with (Sig <0.05), Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction partially had a significant effect on Purchase Interest with (Sig <0.05). Based on the path analysis, the direct effect of Product Quality is greater than the indirect effect of Product Quality (X1) through Customer Satisfaction on Purchase Intention. And the direct effect of Service Quality (X2) is greater than the indirect effect through Customer Satisfaction on Purchase Intention. The contribution of the independent variable of Product Quality and Service Quality to the dependent variable of Customer Satisfaction is 48.9%. While the rest is 52.1% influenced by other variables outside this study. Then the contribution of the independent variable contribution of product quality, service quality and customer satisfaction to the dependent variable buying interest is 75,2%. While the rest amounted to 25,8% influenced by other variables outside of this study.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Interest