

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen (survei pada pelanggan kata anja coffe kota Bandung) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deksriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden, analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada struktur I terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 50,4%. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian 27,0% dan pengaruh keputusan terhadap kepuasan sebesar 23,4%. Pada struktur II terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 75,9,0%. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 11,4%, pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 8,7%, pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,8%.

Kata Kunci : kualitas produk, promosi, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and promotion on purchasing decisions and their impact on customer satisfaction (survey to costumer kata anja coffee Bandung) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 83 respondents, the data analysis used is path analysis, analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing.

The results of the study show that in structure I there is a simultaneous influence of product quality and promotion on purchasing decisions by 50.4%. Partially, the influence of product quality on purchasing decisions is 27.0% and the influence of decisions on satisfaction is 23.4%. In structure II there is an effect of product quality and promotion on purchasing decisions and their impact on customer satisfaction simultaneously at 75.9.0%. Partially, the influence of product quality on customer satisfaction is 11.4%, the effect of promotion on customer satisfaction is 8.7%, the influence of purchasing decisions on customer satisfaction is 55.8%.

Keywords: product quality, promotion, purchase decision, consumer satisfaction