

ABSTRAKSI

Khusnul Khotimah, Nomor Mahasiswa 152140003, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan” (Studi pada Distro NIMCO Jl. Cenderawasih, Demangan Baru Yogyakarta), 2018.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan Produk NIMCO di Distro NIMCO Jl. Cenderawasih, Demangan Baru, Yogyakarta. Penelitian menggunakan tipe *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah tidak terhingga. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling* Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik inferensial yang menggunakan metode statistik Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh signifikan dari Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh signifikan dari Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh signifikan dari Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh dari Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh dari Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh dari Keputusan Pembelian (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh mediasi dari Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $4,820 > 1,64$ (nilai sig $0,10$). Ada pengaruh mediasi dari Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $4,030 > 1,64$ (nilai sig $0,10$). Ada pengaruh mediasi dari Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Keputusan Pembelian (Z) dengan nilai sig $4,435 > 1,64$ (nilai sig $0,10$).

Berdasarkan hasil penelitian ini konsumen menilai bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi positif mengenai produk NIMCO terhadap Keputusan Pembelian dan berimplikasi pada Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian tersebut berimplikasi pada Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu NIMCO harus selalu mempertahankan kualitas produk, harga dan promosi yang berkesan untuk pelanggan, agar pelanggan tetap melakukan pembelian dan menimbulkan kepuasan terhadap produk NIMCO.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Pelanggan

