

ABSTRAK

Sri Lestari 19610107. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada Mister Kebab Di Kota Metro. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing: (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E., M.M.

Tujuan Penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro, (2) untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro, (3) untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro, (4) untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada produk mister kebab di Kota Metro, (5) untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada produk mister kebab di Kota Metro. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode Kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro. (2) Harga berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro. (3) Kualitas produk, harga, kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro. (4) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian tidak dapat dimoderasi oleh kepuasan konsumen pada produk mister kebab di Kota Metro. (5) Harga terhadap keputusan pembelian tidak dapat dimoderasi oleh kepuasan konsumen pada produk mister kebab di Kota Metro.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.