

ABSTRAK

PERAN MEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN

Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Grapari Telkomsel Yogyakarta

Ignasius Budiarto Sinaga
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; 1) pengaruh iklan, promosi penjualan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. 2) apakah keputusan pembelian dan kepuasan konsumen memediasi pengaruh iklan, promosi penjualan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada pengguna kartu prabayar Telkomsel di Grapari Telkomsel Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *partial least square* menggunakan aplikasi WarpPLS 5.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) iklan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap pada keputusan pembelian sedangkan promosi penjualan dan harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) keputusan pembelian dan kepuasan konsumen memediasi pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, sedangkan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen tidak memediasi pada pengaruh promosi penjualan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

ABSTRACT

MEDIATING ROLE OF BUYING DECISION ON THE EFFECT OF ADVERTISING, SALES PROMOTION, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION AND LOYALTY

A Case Study On Telkomsel Prepaid Card Users in Grapari Telkomsel Yogyakarta

Ignasius Budiarto Sinaga
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2017

This research aims to determine; 1) the influence of advertising, sales promotion, product quality and price on buying decision. 2) whether buying decision and consumer satisfaction mediate the influence of advertising, sales promotion, product quality and price on consumer loyalty of Telkomsel prepaid card users in Grapari Telkomsel Yogyakarta. Sampling technique employed was purposive sampling. Data were collected using questionnaire. Data analysis technique employed in this research was partial least square using WarpPLS 5.0 application.

The results of this research show that; 1) advertising and product quality positively influence buying decision, while sales promotions and price have no positive effect on buying decisions; 2) buying decisions and consumer satisfaction mediate the influence of advertising and product quality on consumer loyalty, but consumer satisfaction does not mediate the influence of sales promotion and pricing on consumer loyalty.