

ABSTRACT

THE ROLE OF MEDIATION OF CUSTOMER SATISFACTION IN THE RELATIONSHIP OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT COMPLETENESS, AND SERVICE QUALITY TOWARD PURCHASING DECISIONS (Case Study on Consumers of Sumber Rejo Pharmacy Cerme District)

Surya Deby Mifrohmadani
041910297

In the current era of globalization, business competition is increasingly competitive. This makes consumers have many alternative choices to buy the product they want. Likewise, with the very rapid progress of information technology, we are required to understand and be more critical in choosing products for consumption. The purpose of this research is to find out whether product quality, product completeness, and service quality influence purchasing decisions mediated by customer satisfaction. The novelty of this study is that there are more variables to study.

Meanwhile, this type of research is a quantitative approach with a sample size of 190 and the method used to analyze it is SEM with the Smart PLS version 3.0. the test used is the outer model test, inner model test, mediation test and hypothesis test. Further, based on the results of the validity test, it shows that the loading factor value is more than 0.7 and the AVE value is more than 0.5 which is declared valid, in the reliability test the composite reliability and cronbach's alpha values above 0.7 are said to be reliable.

It can be concluded that the variables of product quality (X1) product completeness (X2) and service quality (X3) have a significant positive effect on purchasing decisions (Y). In the mediation test, product quality variables (X1) product completeness (X2) and service quality (X3) on purchasing decisions are mediated by consumer satisfaction, said to be partial mediation.

Keywords: *product quality, product completeness, service quality, customer satisfaction, purchase decision, SEM PLS*

RINGKASAN

PERAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN DALAM HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Apotek *Sumber Rejo* Kecamatan Cerme)

Surya Deby Mifrohmadani
041910297

Pada era globalisasi saat ini, persaingan usaha semakin kompetitif. Hal ini menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk membeli produk sesuai yang mereka inginkan. Begitu juga dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat kita dituntut untuk memahami dan lebih kritis dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas produk, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Kebaruan dari penelitian ini adalah terdapat variabel yang lebih banyak untuk diteliti.

Sementara itu, jenis penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif dengan jumlah sampel 190 dan metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu SEM dengan alat Smart PLS versi 3.0. uji yang digunakan adalah uji *outer model*, uji *inner model*, uji mediasi dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *loading faktor* lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5 dinyatakan valid, pada uji reliabilitas nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* di atas 0,7 dikatakan *reliable*.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) kelengkapan produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam uji mediasi variabel kualitas produk (X1) kelengkapan produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen dikatakan *partial mediation*.

Kata kunci: kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian, SEM PLS