

ABSTRAK

Zendrato, Lois Ichasia, 2024. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk catering di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli. Skripsi Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Pembimbing: Otanius Laia S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk catering di CV. Wery Group Kota Gunungsitoli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan statistik untuk mengukur hubungan antara variabel kepuasan pelanggan (X) dan keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,672. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (X) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar 67,2% setelah disesuaikan terhadap jumlah sampel dan variabel independen yang digunakan. Sementara itu, sisanya sebesar 32,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk catering CV. Wery Group. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk agar dapat mempertahankan serta meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Zendrato Lois Ichasia, 2024. The Influence of Customer Satisfaction on Consumer Purchasing Decisions for Catering Products at CV. Wery Group Kota Gunungsitoli. Undergraduate Thesis, Management Study Program, Marketing Management Concentration, Faculty of Economics, Universitas Nias. Supervised by Otanius Laia, S.E., M.M.

This study aims to determine the influence of customer satisfaction on consumer purchasing decisions for catering products at CV. Wery Group Kota Gunungsitoli. The research method used is a quantitative approach with statistical analysis to measure the relationship between customer satisfaction (X) and purchasing decisions (Y). Based on the determination test results, the Adjusted R Square value was found to be 0.672. This indicates that the customer satisfaction variable (X) explains 67.2% of the purchasing decision variable (Y) after adjusting for the sample size and independent variables used. Meanwhile, the remaining 32.8% is influenced by other factors not included in this study. The findings of this study suggest that the higher the level of customer satisfaction, the greater the likelihood of repeat purchases of catering products from CV. Wery Group. Therefore, the company must continuously improve service quality and product standards to maintain and enhance consumer purchasing decisions.

Keywords: Customer Satisfaction, Purchasing Decision.