

## ABSTRAK

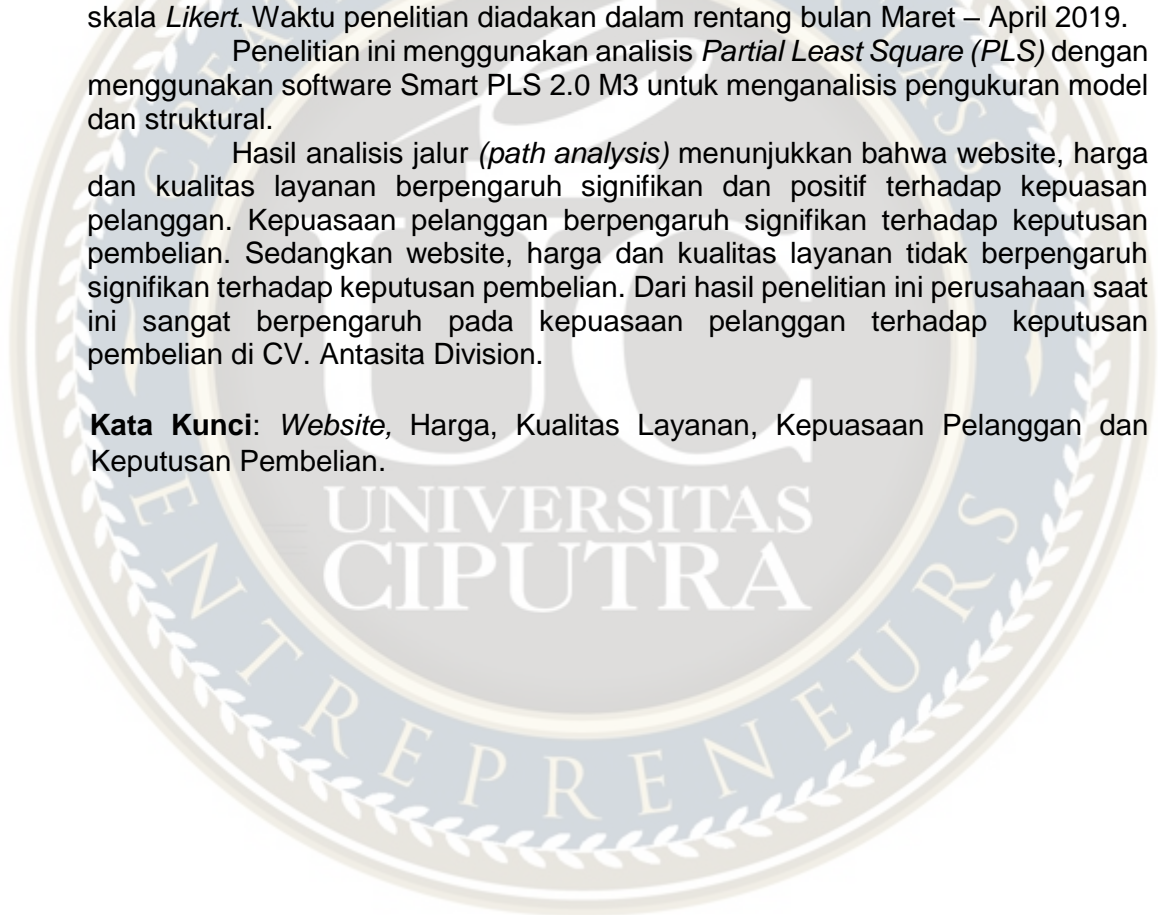
### **PENGARUH WEBSITE, HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. ANTASITA DIVISION**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh website, harga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian pada CV. Antasita Division. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh konsumen dari CV. Antasita Division. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik jenuh dengan jumlah keseluruhan jumlah populasi sebesar 35 perusahaan. Kuesioner digunakan pada penelitian ini sebagai Teknik pengambilan data. Jumlah pernyataan dalam kuesioner sebanyak 17 dengan menggunakan skala *Likert*. Waktu penelitian diadakan dalam rentang bulan Maret – April 2019.

Penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan software Smart PLS 2.0 M3 untuk menganalisis pengukuran model dan struktural.

Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa website, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan website, harga dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian ini perusahaan saat ini sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di CV. Antasita Division.

**Kata Kunci:** *Website*, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

### THE EFFECT OF WEBSITE, PRICE, QUALITY SERVICE AND SATISFACTION CUSTOMER AS INTERVENING VARIABLE ON PURCHASING DECISION AT CV. ANTASITA DIVISION

This study aims to determine the effect of websites, prices, service quality and customer satisfaction as intervening variables on purchasing decisions on CV. Antasita Division. In this study, the population is all consumers from CV. Antasita Division. Sampling is carried out saturated samples with a total population of 35 companies. The questionnaire was used in this study as a data retrieval technique. The number of statements in the questionnaire was 17 using a Likert scale. The time of research is held in the range from March to April 2019.

This study uses Partial Least Square (PLS) analysis using Smart PLS 2.0 M3 software to analyze model and structural measurements.

The results of path analysis (path analysis) indicate that the website, price and service quality have a significant and positive effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a significant effect on purchasing decisions. Whereas website, price and service quality have no significant effect on purchasing decisions. From the results of this study the company is currently very influential on customer satisfaction with purchasing decisions at CV. Antasita Division.

**Keywords:** Website, Price, Service Quality, Customer Satisfaction and Purchasing Decision.

