

Abstrak

Pandemi covid-19 membuat terjadinya penurunan pembelian pada solaria di Sumedang, adanya pandemic ini membuat konsumen untuk memikirkan ulang sebelum melakukan pembelian selain itu dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa terdapat pelayanan kurang baik, yang membuat konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan solaria, yang dapat berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Solaria Sumedang,

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, dengan teknik analisis SEM PLS dan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan menggunakan rumus Bernoulli untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini sebagai sampel, setelah dilakukan perhitungan sampel dengan rumus Bernoulli, terdapat 96 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 100 orang sebagai konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali di Solaria Sumedang, terhadap variabel-variabel yang diteliti, tanggapan responden terhadap variabel independent yaitu mengenai persepsi harga, kualitas produk dan promosi yang dilakukan berada pada kategori baik, selanjutnya tanggapan responden terhadap variabel intervening keputusan pembelian berada pada kategori baik dan pada variabel dependent kepuasan pelanggan berada pada kategori baik.

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil pengujian hipotesis (*path coefisien*), dengan membandingkan hasil t-statistik dengan t-tabel (1.984) dan dengan tingkat signifikansi 5% (0.05). Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian