

ABSTRAK

Seiring berkembangnya jaman bisnis oleh-oleh Roti Kacang Rajawali semakin sukses sehingga banyak orang yang kemudian mengikutinya, menjual produk berbahan sama namun dengan merek berbeda yang memiliki ciri khas masing-masing. Dengan banyaknya alternatif produk serupa yang ditawarkan membuat semakin tinggi persaingan sehingga hal ini menjadi salah satu alasan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian yang dapat mempengaruhi permintaan pada penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai oleh-oleh khas Kota Tebing Tinggi.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan bersifat deskriptif dengan tipe penyelidikan hubungan kausal, dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) menggunakan software SmartPLS 3.0. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *sampling purposive* dengan total 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dengan nilai 85,49% kategori sangat baik. Citra Merek dengan nilai 85,07% kategori sangat baik. Promosi Penjualan dengan nilai 63,5% kategori cukup baik. Keputusan Pembelian dengan nilai 79,62% kategori baik. Dan Kepuasan Konsumen dengan nilai 77,02% dalam kategori baik

Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Keputusan Pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan, Kepuasan Konsumen , Keputusan Pembelian