

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN, DAN
COMPETITIVE ADVANTAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.
SEJAHTERA MOTOR GEMILANG MEDAN**

Nada Lovina Br Pangaribuan¹, Andri Putra Pranata Ginting², Erikson Albertus Simanjourang³

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan pilihan yang ada diantaranya memilih salah satu produk untuk keinginan konsumen yang dihasilkan secara kuantitatif. Keputusan pembelian pada penelitian ini dipengaruhi oleh kualitas produk, kepuasan konsumen, dan *competitive advantage*. Populasi pada penelitian ini sebanyak 295 konsumen dengan memperoleh rumus slovin dan menghasilkan sebanyak sampel 170 konsumen. Variabel kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan menggunakan perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Variabel kepuasan konsumen secara parsial dan simultan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Variabel *competitive advantage* secara parsial dan simultan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Kata kunci : Kualitas produk; Kepuasan Konsemen. *Competitive Advantage*

ABSTRACT

Purchasing decision are action of choice including choosing a product for consumer desires which is produced in levels.. Purchasing decisions in this researcher are influenced by product quality, Customer sastifaction, and competitive advantage. Population in this study were 295 consumers with the Slovin formula and produced 170 customers. Product quality variables partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decision variables by using the comparison $t_{coun} > t_{table}$ and $F_{coun} > F_{table}$. Customers satisfaction variables partially and simultaneoisly do not have no positive and insignificant effect on purchasing decisions by using the comparison $t_{coun} < t_{table}$ and $F_{coun} > F_{table}$. Competitive advantage variables partially and simultaneusly has no significant effect on purchasing decisions by using the comparison $t_{coun} < t_{table}$ and $F_{coun} < F_{table}$.

Keywords : Product Quality; Customer Sastifaction; Competitive Advantage