

ABSTRAK
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA
HOTEL PERMATA LAND RANTAU PRAPAT.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen di Hotel Permata Land Rantau Prapat. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, yaitu 96 orang. Penentuan sampel di penelitian ini dilakukan secara non *probability sampling*. Metode yang digunakan yaitu analisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh Strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Permata Land, yang artinya jika semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan akan semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka, akan meningkat keputusan pembelian. Strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya jika strategi pemasaran yang dilakukan dengan baik maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, maka tinggi kepuasan konsumen akan tinggi juga. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya jika kepuasan konsumen semakin tinggi membuat semakin tinggi pula keputusan pembelian. Strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Permata Land (Z). Keputusan pelayanan (Y) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z). Hasil penelitian ini memberikan makna semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan begitu tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari nilai hasil signifikan strategi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen yang diperoleh. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen. Keputusan pelayanan (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini memberikan makna semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap tingginya keputusan konsumen melalui kepuasan konsumen, hal tersebut dapat dilihat dari nilai hasil signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASING DECISIONS THROUGH SATISFACTION
CONSUMERS AS INTERVENING VARIABLES ON
HOTEL PERMATA LAND RANTAU PRAPAT

The purpose of this study is to determine the quality of service affecting purchasing decisions through customer satisfaction at The Permata Land Rantau Prapat Hotel. The number of samples taken in this study used the Lemeshow formula, which was 96 people. The determination of samples in this study was carried out by non-probability sampling. The method used is path analysis. Based on the results of the study, a marketing strategy has a significant positive effect on the purchasing decision of Permata Land Hotel, which means that the better the marketing strategy carried out, the higher the purchase decision made by consumers. The quality of service has a significant positive effect on purchasing decisions, which means that if the higher the quality of service provided, the more purchasing decisions will increase. Marketing strategies have a significant positive effect on consumer satisfaction, which means that if the marketing strategy is carried out properly, the higher the consumer satisfaction. The quality of service has a significant positive effect on customer satisfaction, which means that if the quality of service provided is getting better, then high customer satisfaction will be high as well. Consumer satisfaction has a significant positive effect on purchasing decisions, which means that if consumer satisfaction is higher, the higher the purchase decision. The marketing strategy has a significant effect on the customer satisfaction of Permata Land (Z) Hotel. Service decisions (Y) have a significant positive effect on customer satisfaction (Z). The results of this study give the meaning of the better the marketing strategy carried out by the company affects the purchasing decision so that the level of consumer satisfaction will be high, it can be seen from the value of the significant results of the marketing strategy affecting the purchase decision through consumer satisfaction obtained. Service quality has a significant positive effect on purchasing decisions through customer satisfaction. Service decision (Z) significant positive effect on consumer satisfaction (Y). The results of this study mean that the better the quality of service provided will affect the high decisions of consumers through customer satisfaction, it can be seen from the value of significant results of service quality affecting purchasing decisions through consumer satisfaction

Keywords: Marketing Strategy, Quality of Service, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction