

# ***CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS THROUGH PURCHASE DECISIONS (STUDY ON CIMORY DAIRY MILK)***

***By Ranu Sati Ray***

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze customer satisfaction through a purchase decision on Cimory Dairy Milk products. This research is a quantitative research with primary data type. The population in this study were Cimory Dairy Milk consumers, the number of respondents in this study was determined by the Lemeshow formula as many as 100 people according to the criteria determined by purposive sampling technique, namely male or female Cimory consumers aged over 15 years. Data was collected by questionnaire through google form. The analytical technique used in this research is descriptive analysis and inferential analysis using PLS 3.2.9 smart software. The results of this study prove that digital marketing has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality also has a significant positive effect on purchasing decisions, purchasing decision variables also have a significant positive effect on customer satisfaction. This study also shows that product quality has a significant positive indirect effect on customer satisfaction through purchasing decisions. So it can be concluded that the purchase decision of Cimory Dairy Milk has an effect on customer satisfaction.*

***Keywords:*** *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Decision, Customer Satisfaction*

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CIMORY *DIARY MILK*)

Oleh Ranu Sati Ray

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan melalui keputusan suatu pembelian pada produk *Cimory Diary Milk*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Cimory Diary Milk*, jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Lemeshow* sebanyak 100 orang sesuai kriteria yang sudah ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu konsumen *Cimory* pria atau wanita dengan usia diatas 15 tahun. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif dan analisa inferensial menggunakan *software smart PLS 3.2.9*. Hasil dari penelitian ini membuktikan digital *marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel keputusan pembelian juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan secara tak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian *Cimory Diary Milk* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Digital *Marketing*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan