

ABSTRAK
PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada *Fitness*
***Centre Club* Verde di Bandar Lampung)**

Oleh :

Denni Febrianto

NPM : 2011011002

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh promosi *online* serta keragaman produk terhadap kepuasan konsumen *Club Verde* melalui keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif serta populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan fasilitas dari *Fitness Centre Club* verde dengan total responden sebanyak 141, Teknik pengambilan datanya menggunakan kuesionner serta Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Struktural Persamaan *Model-Partial Least Square* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi *online* dan keragaman produk secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi *online* secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen namun keragaman produk dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Promosi *online* dan keragaman produk secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

Kata kunci : promosi *online*, keragaman produk, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF ONLINE PROMOTIONS AND PRODUCT DIVERSITY
ON CONSUMER SATISFACTION WITH PURCHASING DECISIONS AS AN
INTERVENING VARIABLE (Study at Club Verde Fitness Centre in Bandar
Lampung)**

By:

Denni Febrianto

NPM 2011011002

The aim of this research is to analyze and test the influence of online promotions and product diversity on Club Verde consumer satisfaction through purchasing decisions. This research is a quantitative research and the population in this research are consumers who have used the facilities of the Verde Fitness Center Club with a total of 141 respondents. The data collection technique uses a questionnaire and data analysis and hypothesis testing in this research uses the Structural Equation Model-Partial Least Square (PLS-SEM). The results of this research show that online promotions and product diversity directly have a significant influence on purchasing decisions. Direct online promotions do not have a significant effect on consumer satisfaction, but product diversity and purchasing decisions have a significant effect on consumer satisfaction. Online promotions and product diversity indirectly have a significant effect on consumer satisfaction through purchasing decisions.

Keywords: online promotions, product diversity, purchasing decisions, consumer satisfaction