

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Studi pada Matahari Department Store Yogyakarta**

Karolina Telaubun  
Universitas Sanata Dharma  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. (2) pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. (3) pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. (4) pengaruh promosi terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada Matahari Department Store . Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari dua kali di Matahari Department Store dengan jumlah responden 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan Pemodelan Persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS, *software Warp PLS* versi 6.0.m3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi sempurna (*complete mediation*) oleh kepuasan konsumen.(2) Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen.(3) Harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi sempurna (*complete mediation*) oleh kepuasan konsumen. (4) Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan

Kata kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Minat Beli Ulang dan Kepuasan Konsumen

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LOCATION, PRICE AND  
PROMOTION ON REPURCHASE INTENTION  
WITH CONSUMER SATISFACTION  
AS A MEDIATING VARIABLE  
Studies on the Matahari Department Store in Yogyakarta**

**Karolina Telaubun  
182222206**

**Abstract**

This study aims to determine: (1) the influence of product quality on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediating variable. (2) the influence of location on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediating variable. (3) the effect of price on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediating variable. (4) the influence of promotion on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediating variable. The population in this study is consumers who made a purchase at Matahari Department Store . The sample in this research is the part of consumers who made a purchase more than two times in Matahari Department Store, with the number of respondents of 96 people. Data collection techniques using a questionnaire. Analysis of the data using Equation Modeling Structural Equation Modelling (SEM) approach with WarpPLS, software Warp PLS version 6.0.m3. The results showed that (1). Product quality has a positive effect on repurchase intention with the mediating perfect (complete mediation) by consumer satisfaction.(2) the Location of the positive effect on repurchase intention with mediated in part (partial mediation) by consumer satisfaction.(3) the Price has a positive effect on repurchase intention with the mediating perfect (complete mediation) by consumer satisfaction. (4) the Promotion of a positive influence on repurchase intention with mediated in part (partial mediation) by satisfaction

*Keywords:* Product quality, Location, Price, Promotion, Repurchase Intention, consumer satisfaction.