

**ABSTRAK****PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Studi pada Konsumen MakeOver di Yogyakarta

Christa Xena Rusfiane  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang, 3) Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 6) Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna kosmetik MakeOver yang berada di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner berbentuk *google form* yang disebarakan kepada 100 responden yang pernah membeli kosmetik MakeOver minimal 1 kali. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi *SmartPLS 3*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang, 3) Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) Kepuasan konsumen memediasi secara penuh hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang, 5) kepuasan konsumen memediasi secara sebagian hubungan antara harga terhadap minat beli ulang, 6) kepuasan konsumen tidak memediasi hubungan antara promosi terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli Ulang, dan Kepuasan Konsumen.**

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON REPURCHASING INTEREST WITH CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE

Study on MakeOver Consumers in Yogyakarta

Christa Xena Rusfiane  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2021

This study aims to determine whether: 1) Product quality influences repurchase interest, 2) Price influences repurchase interest, 3) Promotion influences repurchase interest, 4) Product quality influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction, 5) Price influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction, 6) Promotion influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction. The population in this study are consumers who use MakeOver cosmetics in Yogyakarta. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling. The data was obtained by distributing a questionnaire in the form of a google form which was distributed to 100 respondents who had purchased MakeOver cosmetics at least once. The data analysis technique in this study is Partial Least Square using the SmartPLS 3 application. The results of this study indicate that: 1) Product quality did not influence repurchase interest, 2) Price influenced repurchase interest, 3) Promotion influenced repurchase interest, 4) Consumer satisfaction fully mediated the relationship between product quality and repurchase intention, 5) consumer satisfaction partially mediated the relationship between price and repurchase interest, 6) consumer satisfaction did not mediate the relationship between promotion and repurchase interest.

***Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Repurchase Interest, and Consumer Satisfaction.***