

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Studi pada Konsumen Herbalife Nutrition di Kota Sintang

Oktaviani Rospita Sari  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang, 2) kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang, 3) kepuasan konsumen memediasi pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang produk Herbalife Nutrition di kota Sintang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* dan menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang, 2) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang, 3) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang produk Herbalife Nutrition di Kota Sintang.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk,Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE**

Study on Herbalife Nutrition Consumers at Sintang

Oktaviani Rospita Sari  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2022

This study aims to determine whether: 1) customer satisfaction mediates the influence of price on repurchase intention, 2) customer satisfaction mediates the influence of product quality on repurchase intention, 3) customer satisfaction mediates the influence of brand image on repurchase intention Herbalife Nutrition product at Sintang. The purposive sampling was used as the sampling technique. Data was obtained by distributing online questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique used was Partial Least Square using the SmartPLS 3.2.9. The results of this study indicate that 1) consumer satisfaction did not mediate the influence of price on repurchase intention, 2) consumer satisfaction did not mediate the influence of product quality on repurchase intention, 3) consumer satisfaction did not mediate the influence of brand image on repurchase intention Herbalife Nutrition product at Sintang.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction, Repurchas