

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SITUS CODASHOP.COM DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Roberto Suryo Dipo Wicaksono

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang 2) pengaruh promosi terhadap minat beli ulang 3) pengaruh harga terhadap minat beli ulang 4) pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 5) pengaruh promosi terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 6) pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi pada situs codashop.com 3 kali dalam 1 bulan terakhir di daerah Jawa Tengah dan Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang 2) promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang 3) harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang 4) kepuasan pelanggan memediasi secara penuh pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang 5) kepuasan pelanggan memediasi secara parsial pengaruh promosi terhadap minat beli ulang 6) kepuasan pelanggan memediasi secara parsial pengaruh harga terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kualitas layanan, promosi, harga, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTION, AND PRICE TOWARDS REPURCHASE INTENTION ON CODASHOP.COM WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE

Roberto Suryo Dipo Wicaksono

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

This study aims to determine: 1) the effect of service quality on repurchase intention 2) the effect of promotion on repurchase intention 3) the effect of price on repurchase intention 4) the effect of service quality on repurchase intention with customer satisfaction as a mediating variable 5) the effect of promotion on repurchase intention with customer satisfaction as a mediating variable 6) the effect of price on repurchase intention with customer satisfaction as a mediating variable. The population in this study were customers who made transactions on the codashop.com site 3 times in the last 1 month in Central Java and Yogyakarta. The sampling technique in this study used purposive sampling. The data analysis technique used in this study is Partial Least Square using the SmartPLS 3.0 application. The results of this study indicate that: 1) service quality affects repurchase intention 2) promotion does not affect repurchase intention 3) price does not affect repurchase intention 4) customer satisfaction fully mediate (full mediation) the effect of service quality on repurchase intention 5) customer satisfaction mpartially mediate (partial mediation) the effect of promotion on repurchase intention 6) customer satisfaction partially mediate (partial mediation) the effect of price on repurchase intention.

Keywords: service quality, promotion, price, customer satisfaction, and repurchase intention.