

ABSTRAK

**PERAN BEAUTY VLOGGER, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
Studi pada Konsumen Kosmetik Emina di Yogyakarta

Della Carolina Tongii
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh secara langsung *beauty vlogger* terhadap minat beli ulang, 2) pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap minat beli ulang, 3) pengaruh secara langsung harga terhadap minat beli ulang, 4) pengaruh *beauty vlogger* terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi, 5) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi, 6) pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi. Teknis pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kosmetik Emina di Yogyakarta dan sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden konsumen kosmetik Emina di Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *WarpPLS 7.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *beauty vlogger* secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) kualitas produk secara langsung berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 3) harga secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) *Beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi penuh (*full mediation*) oleh kepuasan konsumen, 5) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen, 6) Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Beauty Vlogger*, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

**THE ROLE OF BEAUTY VLOGGER, PRODUCT QUALITY, AND PRICE
ON REPURCHASE INTENTION WITH SATISFACTION
AS A MEDIATION VARIABLE**

Study on Emina Cosmetic Consumers in Yogyakarta

Della Carolina Tongii
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) the direct effect beauty vlogger on repurchase intention, 2) the direct effect of product quality on repurchase intention, 3) the direct effect of price on repurchase intention, 4) beauty vlogger's effect on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediation, 5) the effect of product quality on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediation, 6) the effect of price on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediation. The sampling technique used was purposive sampling. The population in this study were all consumers of Emina cosmetics in Yogyakarta and the samples in this study were 96 consumers of Emina cosmetics in Yogyakarta. The data analytical technique used in this study is Partial Least Square (PLS) using WarpPLS 7.0. The results of this study indicate that: 1) beauty vloggers do not directly have effect on repurchase intention, 2) product quality directly has a positive effect on repurchase intention, 3) price does not directly have effect on repurchase intention, 4) Beauty vlogger has a positive effect on repurchase intention with full mediation by consumer satisfaction, 5) Product quality has a positive effect on repurchase intention with partial mediation by consumer satisfaction 6) Price does not have effect on repurchase intention with being mediated by cosmetic consumer satisfaction.

Keywords: *Beauty Vlogger, Product Quality, Price, Repurchase Intention, Consumer Satisfaction.*