

## ABSTRAK

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

Studi pada Konsumen Produk Luxcrime di DIY

Natalia Wahyu Signa Vincensia Thondord  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 2) Pengaruh promosi terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 3) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 4) Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 5) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Luxcrime dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi 6) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Luxcrime dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi 7) Pengaruh promosi terhadap minat beli ulang produk Luxcrime dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi 8) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Luxcrime dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 96 responden yang pernah membeli produk Luxcrime minimal 2 kali. Analisis Data menggunakan *Partial Least Square* dan menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 2) Promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 3) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 4) Kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 5) Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 6) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh promosi terhadap minat beli ulang produk Luxcrime 7) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Luxcrime.

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

## **ABSTRACT**

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

Study on Luxcrime Consumers in DIY

Natalia Wahyu Signa Vincensia Thondord  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study aims to determine whether: 1) Price influences repurchase interest, 2) Promotion influences repurchase interest, 3) Product quality influences repurchase interest, 4) Consumer satisfaction influences repurchase interest, 5) Price influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction, 6) Promotion influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction, 7) Product quality influences repurchase interest mediated by consumer satisfaction. The population in this study are consumers who use Luxcrime in DIY. The sampling technique used was non-probability sampling technique. Data was obtained by distributing questionnaires to 96 respondents who had purchased Luxcrime at least twice. The Data analysis uses Partial Least Square and uses SmartPLS 3.2.9. The results showed that: 1) Price influenced repurchase interest, 2) Promotion did not influence repurchase interest, 3) Product quality influenced repurchase interest, 4) Consumer satisfaction did not influence repurchase interest, 5) Consumer satisfaction did not mediated the relationship between price and repurchase interest, 6) Consumer satisfaction did not mediated the relationship between promotion and repurchase interest, 7) Consumer satisfaction did not mediated the relationship between quality product and repurchase interest.

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