

## ABSTRAK

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

Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* iPhone di  
Daerah Istimewa Yogyakarta

Yuliansy Risma Pillo  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone 2) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone 3) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone 4) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone 5) Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 6) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 7) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang *smartphone* iPhone melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna *smartphone* iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa pengguna *smartphone* iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 96 responden mahasiswa pengguna iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* dan menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Citra merek secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang 2) kualitas produk secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang 3) harga secara langsung berpengaruh positif terhadap minat beli ulang 4) kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh positif terhadap minat beli ulang 5) Citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 6) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi 7) Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

**Kata kunci:** Citra merek, kualitas produk, harga, minat beli ulang dan kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON REPURCHASE INTEREST WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE

Studies on iPhone Smartphone User Students at  
Special Region of Yogyakarta

Yuliansy Risma Pillo  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta, 2023

This study aims to determine: 1) The influence of brand image on repurchase interest of iPhone smartphones 2) The influence of product quality on repurchase interest of iPhone smartphones 3) The influence of price on repurchase interest of iPhone smartphones 4) The influence of customer satisfaction on repurchase interests of iPhone smartphones 5) The influence of brand image on iPhone smartphone repurchase interest through customer satisfaction as a mediating variable 6) The influence of product quality on iPhone smartphone repurchase interest through customer satisfaction as a mediating variable 7) The influence of price on iPhone smartphone repurchase interest through customer satisfaction as a mediating variable. The population in this study were all iPhone smartphone users in the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study were some students who use iPhone smartphones in the Special Region of Yogyakarta with a total of 96 respondents. The sampling technique used purposive sampling. The data was obtained by distributing questionnaires to 96 iPhone user student respondents in the Special Region of Yogyakarta. The data analysis technique used is Partial Least Squares and uses SmartPLS software. The results showed that: 1) Brand image had no direct positive influence on repurchase interest 2) Product quality had no direct positive influence on repurchase interest 3) Price had a direct positive influence on repurchase interest 4) Customer satisfaction had a direct positive influence on repurchase interest 5) Brand image had no influence on repurchase interest with customer satisfaction as a mediating variable 6) Product quality had no influence on repurchase interest with customer satisfaction as a mediating variable 7) Price had no influence on repurchase interest with customer satisfaction as a variable mediation.

**Keywords:** Brand image, product quality, price, repurchase interest and customer satisfaction