PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU NEW BALANCE DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN

Yohanes Indra Kurniawan
Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance, 2) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance, 3) pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan mediasi kepuasan konsumen pada produk sepatu New Balance, 4) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan konsumen pada produk sepatu New Balance. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* kepada 100 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance, 2) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance, 3) kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance, 4) kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk sepatu New Balance.

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

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTENTION FOR NEW BALANCE SHOES MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION

Yohanes Indra Kurniawan
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma Univesity
Yogyakarta
2026

This study aims to determine: 1) the effect of price on the repurchase intention of New Balance shoes, 2) the effect of product quality on the repurchase intention of New Balance shoes, 3) the effect of price on repurchase intention mediated by consumer satisfaction for New Balance shoes, and 4) the effect of product quality on repurchase intention mediated by consumer satisfaction for New Balance shoes. A non-probability sampling technique specifically purposive sampling was employed. Data were collected via an online questionnaire (Google Forms) distributed to 100 respondents who met the study criteria. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS) with the SmartPLS 4 application. The results indicate that: 1) price does not affect the repurchase intention of New Balance shoes, 2) product quality does not affect the repurchase intention of New Balance shoes, 3) consumer satisfaction mediates the effect of price on the repurchase intention of New Balance shoes, and 4) consumer satisfaction mediates the effect of product quality on the repurchase intention of New Balance shoes.

Keywords: Price, Product Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction.