

ABSTRAKSI

Gustia Nur Arini, Nomor Induk Mahasiswa 152180057, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Niat Beli Ulang Produk Fremilt” (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). Dosen Pembimbing Humam Santoso Utomo dan Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Niat Beli Ulang Produk Fremilt (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). Berdasarkan *pra-survey* diketahui bahwa mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2021 yang membeli dan mengonsumsi minuman Fremilt diperoleh sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis sampel jenuh. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z) dengan t-hitung sebesar 9,175 dan nilai sig sebesar **0.000**. Citra Merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z) dengan t-hitung sebesar 2.175 dan nilai sig sebesar **0.031**. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 2.725 dan nilai sig sebesar **0.007**. Citra Merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 2.263 dan nilai sig sebesar **0.024**. Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 2.443 dan nilai sig sebesar **0.015**. Kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) dengan t-hitung sebesar 2.407 dan nilai sig. sebesar **0.016**. Citra merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) dengan t hitung sebesar 2.163 dan nilai sig. sebesar **0.021**.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Fremilt harus mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan stimulus-stimulus yang digunakan dalam mendorong minat berperilaku, dengan cara melakukan inovasi, menggali potensi kelebihan yang dimiliki, dan berupaya untuk selalu memuaskan konsumen sehingga dapat meningkatkan niat beli ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang.