

ABSTRAKSI

Anggitasari, Nomor Induk Mahasiswa 152170054, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan serta implikasinya pada Minat Beli Ulang Konsumen Mi Instan Lemonilo (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). Dosen Pembimbing I Humam Santosa Utomo dan dosen pembimbing II Didik Indarwanta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan serta implikasinya pada Minat Beli Ulang Konsumen Mi Instan Lemonilo. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Administrasi Bisnis UPN Veteran Yogyakarta Angkatan 2019-2023. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 51 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis teknik sampling jenuh yaitu seluruh populasi menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z) dengan t-hitung sebesar 2.710 dan nilai sig sebesar 0.007. Citra Merek (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 1.844 dan nilai sig sebesar 0.065. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z) dengan t-hitung sebesar 7.459 dan nilai sig sebesar 0.000. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 3.025 dan nilai sig sebesar 0.003. Kepuasan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y) dengan t-hitung sebesar 2.052 dan nilai sig sebesar 0.040. Citra Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan dengan t-hitung sebesar 1.517 dan nilai sig sebesar 0.129. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y) melalui Kepuasan (Z).

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Lemonilo harus lebih memperhatikan harga untuk meningkatkan kepuasan sehingga menimbulkan rasa puas dan timbul minat untuk membeli ulang di masa depan.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kepuasan dan Minat Beli Ulang