

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT
BELI ULANG PRODUK SEPATU 910 NINETEN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei Pada Pelanggan Sepatu 910 Nineten di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

HAMDANI AKBAR

NIM. 141200195

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Hamdaniakbar03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang produk sepatu 910 Nineten dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk sepatu 910 Nineten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini dengan berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, 2) Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang, 3) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, 4) Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang. 5) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan