

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2024**

Intan Prabu Wanti

120.2020.096

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Serta Tinjauannya Dalam Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada Produk Skintific di Jakarta Utara)

URAIAN ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi pada produk skintific dan tinjauan dalam perspektif Islam. Teknik pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Purposive Sampling yang terdapat di Non-Probability sampling dengan jumlah Sampel Sebanyak 100 Responden melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (5) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (6) Kepuasan Konsumen tidak dapat memediasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (7) Kepuasan Konsumen dapat memediasi secara parsial pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

Faculty Of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2024

Intan Prabu Wanti

120.2020.096

The Influence of Product Quality and Price on Repurchase Decisions with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable and Its Review from an Islamic Perspective (Case Study on Skintific Products in North Jakarta)

ABSTRACT DESCRIPTION

This study aims to determine whether or not there is an influence of product quality and price on repurchase decisions with consumer satisfaction as a mediator in scientific products and reviews in an Islamic perspective. The sampling technique used in this study is Purposive Sampling found in Non-Probability sampling with a sample size of 100 respondents through the distribution of questionnaires. The analysis method used is the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of the study indicate that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on Repurchase Decisions, (2) Price has a positive and significant effect on Repurchase Decisions, (3) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, (4) Price has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, (5) Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Decisions, (6) Consumer satisfaction cannot mediate the influence of product quality on repeat purchase decisions, (7) Consumer satisfaction can partially mediate the influence of price on repeat purchase decisions.

Keywords : Product Quality, Price, Consumer Satisfaction and Repurchase Decisions