

ABSTRACT

This writing is to determine the effect of Product Quality, Brand Image and Promotion on Repurchase Interest in products from PT Carvil Abadi which is mediated by Consumer Loyalty. The subjects in this study were consumers who already had more than one sandal product from PT Carvil Abadi. The sample used in this study was 200 respondents. The sampling technique used purposive sampling. Researchers used a questionnaire to collect data. The data analysis technique used in this study is The Structural Equation Modeling (SEM) using the PLS 4.0 statistical software. based on the results of the study it was found that product quality did not have a significant effect on consumer loyalty, brand image had a positive and significant effect on consumer loyalty, promotion did not have a significant effect on consumer loyalty, consumer loyalty had a positive and significant effect on repurchase intention, product quality had a positive and significant effect on repurchase intention, Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase intention, Promotion has a positive and significant effect on repurchasing, Consumer Loyalty mediates the relationship between Product Quality and Repurchase Intention, Consumer Loyalty is unable to mediate the effect of Brand Image on Repurchase Intention, Loyalty Consumers are unable to mediate the influence of promotions on Repurchase Intentions.

Keywords: *Product quality, brand image, promotion, repurchase intention, consumer loyalty*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penulisan ini untuk mengetahui pengaruh *Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi* terhadap *Minat Pembelian Ulang* pada produk dari PT Carvil Abadi yang dimediasi oleh *Loyalitas Konsumen*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah memiliki produk sepatu sandal dari PT Carvil abadi lebih dari satu. Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling. Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah The Structural Equation Modeling (SEM) dari pake software statistik PLS 4.0. berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, Loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pembelian ulang, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang, Loyalitas Konsumen memediasi hubungan antara Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang, Loyalitas Konsumen tidak mampu memediasi pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang, Loyalitas Konsumen tidak mampu memediasi pengaruh promosi terhadap Minat Pembelian Ulang.

Kata Kunci : Kualitas produk, citra merek, promosi, minat pembelian ulang, loyalitaskonsumen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA