

ABSTRAK

Fuja Insani. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Rabbani Di Tasikmalaya)

Minat beli ulang merupakan minat beli ulang yang didasarkan pada pengamalan pembelian dimasa lalu dan tingkat motivasional seseorang untuk mengulangi perilaku. Dengan kepuasan pelanggan berperan pada minat beli ulang dengan membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya, masalah pada penelitian ini tidak semua produk Rabbani tersebar pada outlet-outlet hal ini disebabkan oleh sulitnya pengawasan kepuasan pelanggan. Tujuan masalah dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana kualitas produk, harga, dan *celebrity endorsement* terhadap minat beli ulang konsumen Rabbani di Tasikmalaya, mengetahui terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan *celebrity endorsement* terhadap kepuasan pelanggan konsumen Rabbani di Tasikmalaya, mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang konsumen Rabbani di Tasikmalaya dan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan *celebrity endorsement* terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Rabbani di Tasikmalaya dari berbagai usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan domisili sebanyak 210 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yang digunakan adalah kuisioner (angket) dan teknik Analisa data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS 4.0.

Hasil penelitian diperoleh bahwa yang berpengaruh terhadap minat beli ulang yaitu variabel harga, dan kepuasan pelanggan, dan untuk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk dan harga. Serta yang berpengaruh melalui kepuasan pelanggan yaitu variabel kualitas produk dan harga. Adapun yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan yaitu variabel Kualitas produk dan *celebrity endorsement*. Dan yang tidak berpengaruh yang melalui kepuasan pelanggan yaitu variabel *celebrity endorsement*. Kesimpulanya bahwa terdapat variabel yang berpengaruh terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan seperti, variabel kualitas produk dan harga. Sedangkan yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan itu variabel *celebrity endorsement*. Bahkan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening yang berpengaruh hanya variabel kualitas produk dan harga, untuk variabel *celebrity endorsement* tidak berpengaruh

Kata Kunci: Minat Beli ulang, Celebrity Endorsement, Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

ABSTRACT

Fuja Insani. 2024. *The Influence of Product Quality, Price, and Celebrity Endorsement on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study of Rabbani Consumers in Tasikmalaya)*

Repurchase intention is repurchase interest which is based on past purchasing experience and a person's motivational level to repeat the behavior. With customer satisfaction playing a role in repurchase interest by proving that customer satisfaction is a person's feeling of happiness or disappointment which comes from comparing the performance (results) of a product with their expectations. The problem in this research is that not all Rabbani products are distributed in outlets, this is caused by Difficulty monitoring customer satisfaction. And the aim of the problem in this research is to find out how product quality, price and celebrity endorsement affect the repurchase interest of Rabbani consumers in Tasikmalaya, to find out the influence of product quality, price and celebrity endorsement on customer satisfaction of Rabbani consumers in Tasikmalaya, to find out the influence of customer satisfaction on repurchase interest of Rabbani consumers in Tasikmalaya and determine the influence of product quality, price and celebrity endorsement on repurchase interest with customer satisfaction as an intervening variable.

This research uses quantitative descriptive methods. The sample in this research was Rabbani consumers in Tasikmalaya of various ages, genders, occupations and domiciles totaling 210 respondents. The data collection technique used was a questionnaire and the data analysis technique in this research used SEM-PLS 4.0.

The research results showed that what influenced repurchase interest were price variables and customer satisfaction, and that influenced customer satisfaction, namely product quality and price. And what influences customer satisfaction is the product quality and price variables. Those that have no effect on repurchase interest and customer satisfaction are product quality and celebrity endorsement variables. And what has no effect on customer satisfaction is the celebrity endorsement variable. The conclusion is that there are variables that influence repurchase interest and customer satisfaction, such as product quality and price variables. Meanwhile, what has no effect on repurchase interest and customer satisfaction is the celebrity endorsement variable. Even with customer satisfaction as an intervening variable that only influences product quality and price, celebrity endorsement has no effect

Keywords: *Repurchase Interest, Celebrity Endorsement, Price, Customer Satisfaction, Product Quality*