

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, CUSTOMER REVIEWS, AND BRAND IMAGE ON REPURCHASES MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION ON THE GOFOOD AND SHOPEEFOOD PLATFORMS (CASE STUDY OF ACTIVE STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, SILIWANGI UNIVERSITY)

by:

**Azzahra Cita Manisha
213401505**

Supervisor I : Ade Komaluddin

Supervisor II : Ignatia Bintang Filia Dei Susilo

The purpose of this study is to find out and to analyze the influence of price, customer reviews and brand image on repurchase mediated by consumer satisfaction of a case study on active students of the Faculty of Economics and Business, Siliwangi University. The research method used in this study is a quantitative research method and the data used is primary data. The method used in this study is partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM). The software used for the analysis is SmartPls 4. The results of this study show that the price variable has a significant positive effect on repurchase. Customer review variables and brand image have a positive but not significant effect on repurchase. And the variables X against Y and Z do not mediate the relationship between variables.

Keywords: Price, customer reviews, brand image, repurchase, consumer satisfaction

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, *CUSTOMER REVIEW*, DAN CITRA MEREK TERHADAP *REPURCHASE* YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN PADA PLATFORM GOFOOD DAN SHOPEEFOOD (STUDI KASUS MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SILIWANGI)

Oleh:

**Azzahra Cita Manisha
213401505**

Pembimbing I : Ade Komaluddin

Pembimbing II : Ignatia Bintang Filia Dei Susilo

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, *customer review* dan citra merek terhadap *repurchase* yang di mediasi oleh kepuasan konsumen studi kasus pada mahasiwa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan data yang digunakan merupakan data primer . Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *partial least square-structural equation modeling*(PLS-SEM). Perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis adalah SmartPls 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase*. Variabel *customer review* dan citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *repurchase* . Serta variabel X terhadap Y dan Z tidak memediasi hubungan antar variabel.

Kata kunci : Harga, *customer review*, citra merek, *repurchase*, kepuasan konsumen