

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sustainable Marketing Mix* terhadap niat pembelian ulang produk Batik Tulis Pamekasan, dengan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 200 responden melalui teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa dimensi produk dan harga berkelanjutan tidak memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan maupun niat pembelian ulang. Sebaliknya, aspek tempat (*place*) dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang, dengan promosi sebagai faktor dominan. Menariknya, kepuasan pelanggan terbukti tidak memediasi hubungan antar variabel. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas konsumen pada produk warisan budaya ini lebih dipicu oleh aksesibilitas dan intensitas komunikasi pemasaran dibandingkan kepuasan atas atribut produk itu sendiri.

Kata Kunci: *Sustainable Marketing Mix*, Niat Pembelian Kembali, Kepuasan Pelanggan, Batik Pamekasan, Batik Madura

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the Sustainable Marketing Mix on the repurchase intention of Pamekasan Hand-Drawn Batik (Batik Tulis), with customer satisfaction as a mediating variable. Employing a quantitative approach, data were collected from 200 respondents via purposive sampling and analyzed using Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that the sustainable product and price dimensions do not significantly impact either customer satisfaction or repurchase intention. Conversely, sustainable place and promotion exhibit a significant positive effect on repurchase intention, with promotion emerging as the dominant factor. Interestingly, customer satisfaction was found not to mediate the relationship between the variables. These findings suggest that consumer loyalty toward this cultural heritage product is driven more by accessibility and the intensity of marketing communication rather than satisfaction with product attributes.

Keywords: *Sustainable Marketing Mix, Repurchase Intention, Customer Satisfaction, Pamekasan Batik, Madura Batik*