

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pembeli sebagai variabel mediasi pada Warung Makan Mawar Telang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura yang pernah melakukan pembelian di Warung Makan Mawar Telang. Populasi penelitian tidak diketahui secara pasti sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penentuan sampel jumlah mengacu pada rumus Lemeshow yang menghasilkan kebutuhan minimal sebanyak 96 responden. Untuk memperoleh hasil yang lebih representatif dan mengantisipasi adanya data yang tidak memenuhi kriteria, penelitian ini melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli maupun minat beli ulang. Selain itu, kepuasan pembeli juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pembeli mampu menjadi variabel perantara yang signifikan dalam hubungan antara harga dengan minat beli ulang serta antara kualitas produk dengan minat beli ulang. Berdasarkan temuan tersebut, Warung Makan Mawar Telang disarankan untuk tetap menggunakan bahan baku yang berkualitas, kebersihan, dan penyajian produk. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pembeli sehingga mendorong terbentuknya minat beli ulang yang lebih tinggi.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pembeli, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price and product quality on repurchase intention, with customer satisfaction serving as a mediating variable at Warung Makan Mawar Telang. The study employed a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through questionnaires distributed to students of Universitas Trunojoyo Madura who had previously purchased food at Warung Makan Mawar Telang. Since the population size was unknown, a non-probability sampling technique using purposive sampling was applied. The sample size was determined based on the Lemeshow formula, resulting in a minimum requirement of 96 respondents. To obtain more representative results and anticipate invalid responses, this study involved 100 respondents. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS 4 software. The results indicate that price and product quality have a positive and significant effect on both customer satisfaction and repurchase intention. Furthermore, customer satisfaction was found to have a positive and significant effect on repurchase intention. The mediation analysis revealed that customer satisfaction significantly mediates the relationship between price and repurchase intention, as well as the relationship between product quality and repurchase intention. Based on these findings, Warung Makan Mawar Telang is recommended to maintain the use of high-quality raw materials, ensure product cleanliness, and improve product presentation. These efforts are expected to enhance customer satisfaction and encourage a higher level of repurchase intention.

Keywords: Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.