Pengaruh Pemasaran Instagram dan Kualitas Produk terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Kasus Sepatu Ventela di Pontianak)

Muhamad Yodi Kaidavi

Manajemen Kelas Internasional

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Pemasaran Instagram dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi. Sepatu lokal sudah mulai menjadi tren di Indonesia. Hingga saat ini, sudah banyak merek sepatu lokal yang memproduksi dan menjual produknya di Indonesia, hal ini menimbulkan kompetisi antar brand lokal dalam mendapatkan hati para pelanggan. Terutama bagi setiap merek, sangat penting untuk menjaga pelanggan mereka untuk tetap menggunakan merek sepatu yang mereka produksi, tentu saja perusahaan menginginkan pelanggan melakukan pembelian produk mereka secara berulang, namun hal tersebut membutuhkan strategi pemasaran yang tepat serta kualitas produk yang memenuhi ekspektasi pelanggan agar memberikan kepuasan serta menimbulkan minat bagi mereka untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian ini dilakukan di kota Pontianak dengan jumlah sampel 100 orang pengguna sepatu Ventela sebagai responden. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Model Partial Least Square (SEMPLS). Untuk melakukan analisis dengan metode PLS, penelitian ini menggunakan software SmartPLS 4. Hipotesis dalam penelitian ini adalah H1: Pemasaran Instagram berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. H2: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. H3: Pemasaran Instagram berpengaruh positif terhadap Niat Pembelian Ulang. H4: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Niat Pembelian Ulang. H5: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Niat Pembelian Ulang. Variabel Kepuasan Pelanggan berperan sebagai partial mediation.

Kata Kunci: Pemasaran Instagram, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Ulang, Sepatu Lokal.

The Influence of Instagram Marketing and Product Quality toward Repurchase Intention through the Customer Satisfaction as Mediation (Study Case of Ventela Shoes in Pontianak)

Muhamad Yodi Kaidavi

Management International Class

ABSTRACT

Local shoes have started to become a trend in Indonesia. Until now, there have been many local shoe brands that produce and sell their products in Indonesia, this has created competition between local brands in winning the hearts of customers. Especially for each brand, it is very important to keep their customers using the brand of shoes, of course companies want customers to satisfied and buy their products repeatedly, but this requires the right marketing strategy and product quality that meets customer expectations to make repurchase intention. This research was conducted in Pontianak city with a sample of 100 Ventela customers as respondents. In this study, the data analysis method used is the Structural Equation Model Partial Least Square (SEMPLS). To perform analysis with the PLS method, this research used SmartPLS 4 software. The results of the research showed that H1: Instagram marketing has a positive effect on customer satisfaction. H2: Product Quality has a positive effect on Customer Satisfaction. H3: Instagram Marketing has a positive effect on Repurchase Intentions. H4: Product Quality has a positive effect on Repurchase Intentions. H5: Customer Satisfaction has a positive effect on Repurchase Intentions. And, The Customer Satisfaction plays a role as a partial mediation.

Keyword: Instagram Marketing, Product Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Local Shoes.