it when we discuss and talk about anything on any topic. I hope Dr. Helma always healthy, gets a lot of happiness, love and can achive something that she want.

8. All honorable lecturers and staff in the Faculty of Economics and Business, in particular Management International major, who have given a lot of knowledge, guiding, and assisting in every academic administration procedure;
9. Bunda Yossi Salvina Aria, Ayah Nugroho Riyadi, and Ayah Budi Setiawan who have sacrificed a lot for my future and given endless support, prayer, love, and encouragement both moral and material.
10. Ustadz Luqmanulhakim and Bunda Uunk as my Parents in office (Indonesia Mustahil Miskin), thank you for all the supports, prayer, and love.
11. All the Ventela Customers in Pontianak who had been willing to provide assistance in filling out the questionnaires related to this thesis;
12. Winny Erwini as my Partner in every condition and situation, always giving a support no matter what happened.
13. Farradina Putri Ardanti S.M, M.Si as my best friend and Thesis Tutor who is always ready to provide guidance related to thesis wherever and whenever. There are no words that can be said other than gratitude to know you;
14. To my thesis mates and best friends in class, Rizqullah (Naufal), Ma'ruf, Pelagia, Mayang, Arya, and Janeta who always give a supports, helpful, and giving all the informations that I need during university life.
15. To the class of Management International Class batch 2018 who have given me a lot of support, experiences and memories.
16. To all my friends at office (Indonesia Mustahil Miskin), who always giving support.
17. Mlenkclub, Adam, Ahmad, Alamin, Putri, Nauval, Saif, Ticil, Virda, Fayzah, and Nabeela which provides many opportunities, experiences, lessons, and entertainment when the author is in the final semester as well as on CCIP and Summer School 2022 activities.

18. Last but not least, I want to thank Muhammad Yodi Kaidavi who always believed, did not give up, and remained confident and enthusiastic in completing this thesis.

The Author hopes that everyone who has assisted will be given many reprisals. Suggestions and critics will be accepted and used by the writer in the future for better revision. This thesis is expected to provide numerous benefits to anyone who reads it and is in need of information, as well as further knowledge.

Pontianak, 17 Januari 2023

Muhamad Yodi Kaidavi

B1024181007

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.