

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap niat beli kembali yang dimediasi kepuasan konsumen pada Lulur Rempah Membahana di kota Ternate.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan dengan batas usia minimal 17 tahun ke atas yang pernah membeli juga memakai Lulur Rempah Membahana sebanyak 2 kali dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 85 responden.

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari kuisioner yang telah diisi oleh responden penelitian, dan menggunakan alat bantu program *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli kembali; 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; 3) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli kembali; 4) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli kembali yang dimediasi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas produk, kepuasan konsumen, niat beli kembali*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality on repurchase intention which is mediated by consumer satisfaction at Scrub Rempah Membahana in the city of Ternate.

This type of research uses a quantitative approach. The population in this study were women with a minimum age limit of 17 years and over who had purchased and used Membahana Rempah Body Scrub twice and the number of samples in this study was 85 respondents.

The data in this research is primary data obtained directly from questionnaires filled out by research respondents, and using the Partial Least Square (PLS) program tools.

The results of this research show that: 1) Product quality has a significant effect on repurchase intention; 2) Product quality has a significant effect on consumer satisfaction; 3) Consumer satisfaction has a significant effect on repurchase intentions; 4) Product quality has a significant effect on repurchase intention which is mediated by consumer satisfaction.

Keywords: *Product quality, consumer satisfaction, repurchase intention.*