ABSTRAK

Deffani Anindya Oktaf. 2026. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Digitalisasi Promosi Sebagai Mediasi (Studi Pada Pelanggan Es Teler Caruban Mama Fara Di Area Madiun). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas PGRI Madiun. Dosen Pembimbing (1) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M. Dosen Pembimbing (2) Sendy Dwi Haryanto, S.Pd. M. A., CSRS., CSRA., Cert. DA.Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Digitalisasi Promosi Sebagai Mediasi Pada Pelanggan Es Teler Caruban Mama Fara Di Area Madiun. Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Lemeshow. Sampel penelitian ini yaitu pengunjung pada Es Teler Caruban Mama Fara di Area Madiun yaitu sebanyak 385 responden. Analisis data menggunakan *path analysis* dengan bantuwan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara parsial variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. 2) Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. 3) Secara parsial variabel digitalisasi promosi (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. 4) secara parsial variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap digitalisasi promosi. 5) Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap digitalisasi promosi. 6) ada pengaruh kualitas produk terhadap niat pembelian ulang dengan digitalisasi promosi sebagai mediasi. 7) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang dengan digitalisasi promosi sebagai mediasi.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Niat Pembelian Ulang, Digitalisasi Promosi

ABSTRACT

Deffani Anindya Oktaf. 2026. The Effect of Product Quality and Service Quality on Repurchase Intention with Promotion Digitalization as a Moderator (A Study of Es Teler Caruban Mama Fara Customers in the Madiun Area). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor (1) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M. Supervisor (2) Sendy Dwi Haryanto, S.Pd. M. A., CSRS., CSRA., Cert. DA.

The purpose of this study is to empirically prove the effect of Product Quality and Service Quality on Repurchase Intention with Promotion Digitalization as a Moderator among Es Teler Caruban Mama Fara Customers in the Madiun Area. This study uses a quantitative research method. The sampling technique used purposive sampling with the Lemeshow formula. The sample of this study was 385 respondents who visited Es Teler Caruban Mama Fara in the Madiun area. Data analysis used path analysis with SPSS software. The results showed that: 1) Partially, the product quality variable (X1) has a positive and significant effect on repurchase intention. 2) Partially, the service quality variable (X2) has a positive and significant effect on repurchase intention. 3) Partially, the promotion digitalization variable (Z) has a positive and significant effect on repurchase intention. 4) Partially, the product quality variable (X1) has a positive and significant effect on promotion digitalization. 5) Partially, the service quality variable (X2) has a positive and significant effect on promotion digitalization. 6) Product quality influences repurchase intention, with the digitalization of promotions acting as a moderator. 7) Service quality influences repurchase intention, with the digitalization of promotions acting as a moderator.

Keywords: Effect of Product Quality, Service Quality, Repurchase Intention, Promotion Digitalization