

ABSTRACT

The method of data collection in this study is through questionnaires. The technique in sampling is using the Slovin formula, using a 10% error limit. The population that is the object of research is female students University Putra Indonesia "YPTK" Padang with a sample of 2226 people. Hypothesis testing using t test analysis and test f. Testing the analysis prerequisites using normality test, linearity test, and multicollinearity test. Data analysis uses Paht Analysis (a combined model between multiple regression models and mediation madels) using the SPSS 21 for Windows program.

Based on the results of research whit a significant level of 5% (0,05) obtained from conclusions are : (1) competitive prices have a positive and significant effect on repurchase interest in Shoes Holic Padang. (look at the table 4.16); (2) sales promotion has a positive and signifucant effect on repurchase interest in Shoes Holic Padang. (look at the table 4.16); (3) competitive prices and sales promotins together have a positive and significant effect on repurchase interest in Shoes Holic Padang. (look at the table 4.20); (4) competitive prices have a positive and significant impact on customer satisfaction Shoes Holic Padang. (look at the table 4.17); (5) sales promotion has a positive and signifucant influence on customer satisfaction Shoes Holic Padang. (look at the table 4.17); (6) competitive prices and sales promotins together have a positive and significant effect on customer satisfaction Shoes Holic Padang. (look at the table 4.21); (7) repurchase intereat has a positive and significant impact on customer satisfaction on Shoes Holic Padang. (look at the table 4.17). And seen from the number of adjusted R² (R Square) model 1 is 0,280 or 280% and model 2 of 0,682 or 682% is influenced by other variables.

Keywords: Competitive Prices, Sales Promotins, Repurchase Interest, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Teknik dalam pengambilan sampel adalah menggunakan rumus Slovin, digunakan batas kesalahan 10%. Populasi yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dengan sampel sebanyak 2226 orang. Uji hipotesis menggunakan analisis uji t dan uji f. Pengujian prasyarat analisis menggunakan uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas. Analisis data menggunakan *Paht Analisis* (model gabungan antara model regresi berganda dan model mediasi) dengan menggunakan program SPSS 21 *for windows*

Bedasarkan hasil penelitian dengan taraf signifikan 5% (0.05) diperoleh dari kesimpulan adalah : (1) Harga kompetitif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.16); (2) Promosi penjualan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.16); (3) Harga kompetitif dan promosi penjualan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.20); (4) Harga kompetitif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.17); (5) Promosi penjualan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.17); (6) Harga kompetitif dan promosi penjualan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.21); (7) Minat beli ulang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Shoes Holic Padang. (lihat pada tabel 4.17). Dan dilihat dari angka adjusted R² (R Square) model I sebesar 0,280 atau 280% dan model 2 sebesar 0.682 atau 682% di pengaruhi variabel lainnya.

Kata Kunci : Harga Kompetitif, Promosi Penjualan, Minat Beli Ulang, Dan Kepuasan Pelanggan.