

***CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF REPURCHASE  
INTENTION IN GOLD PURCHASE FOR INVESTMENT  
DURING PANDEMIC***

**Oleh**

**Diandra Ariani Syafitri**

**Abstract**

*This study analyzes consumer satisfaction with repurchasing gold for investment during the pandemic. The purpose of the study was to analyze consumer satisfaction, products, services, and prices for repurchasing in the purchase of gold for investment during the pandemic. This research is quantitative in nature by distributing questionnaires to 110 buyers of gold buying and selling who have purchased gold more than once during the pandemic. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) alternative with Smart-PLS 3.3.3 program. The results of data analysis show that: (1) Consumer Satisfaction has a significant effect on Repurchase Intention (2) Meanwhile, Product, Service, and Price have no significant effect on Repurchase Intention.*

**Keyword:** *Customer Satisfaction, Product, Service, Price, and Repurchase Intention*

# **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (REPURCHASE INTENTION) DALAM PEMBELIAN EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

**Oleh**

**Diandra Ariani Syafitri**

## **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis perihal rasa puas seseorang dalam melakukan pembelian ulang emas yang dapat digunakan sebagai investasi di masa pandemic. Tujuan penelitian untuk menganalisa rasa puas pembeli, produk, pelayanan, serta harga terhadap pembelian ulang dalam pembelian emas untuk investasi di masa pandemic. Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik kuantitatif, dilakukan dengan membagikan sebuah kuisioner kepada 110 pelaku jual beli emas yang sudah melakukan transaksi pembelian emas diatas dari satu kali selama masa pandemic. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan alternatif *Partial Least Square (PLS)* dengan program *Smart-PLS 3.3.3*. Hasil yang didapatkan menunjukkan adanya : (1) Adanya hubungan serta pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen atas pembelian ulang (*Repurchase Intention*) (2) Sementara tidak ada keteratikan yang signifikan Produk, Pelayanan, dan Harga atas Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*).

**Kata Kunci** : Kepuasan Konsumen, Produk, Pelayanan, Harga, dan Pembelian Ulang