

ABSTRAK

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI KEMBALI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

**(Studi pada Traktor Deutz Fahr dan Erreppi Buffalo
PT. Maxi Utama Energy di Indonesia)**

**Oleh
Dimas Prayogo**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli kembali alat berat di industri pertanian di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang pesat di Indonesia telah mendorong perkembangan industri otomotif, termasuk mekanisasi dalam sektor pertanian. Pertanian memiliki peran penting dalam menyediakan kebutuhan primer masyarakat, meningkatkan perekonomian nasional dan mendukung ketahanan pangan. Ekspor hasil pertanian juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner pemilik usaha pertanian atau diwakili oleh manajer pembelian yang menggunakan alat berat. Jumlah responden yang terkumpul 344. Data dianalisis menggunakan SEM-Lisrel 8.80. Beberapa faktor yang diteliti meliputi kualitas produk alat berat, kualitas layanan perusahaan penyedia, citra merek produk dan perusahaan penyedia, serta kepuasan pelanggan menerima semua layanan yang diberikan perusahaan penyedia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedelapan hipotesis diterima, seluruh variabel eksogen signifikan mempengaruhi niat beli kembali alat berat di Indonesia. Kepuasan juga terbukti menjadi mediasi pada pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap niat beli kembali. Penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi produsen dan distributor alat berat di Indonesia untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli kembali alat berat oleh para petani dan pemilik usaha pertanian. Dengan memahami faktor-faktor ini, produsen dan distributor dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam bidang keputusan pembelian dan mekanisasi pertanian di Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Kembali, alat berat pertanian.

ABSTRACT

FACTORS THAT INFLUENCE REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATION VARIABLES

**(Studies on Deutz Fahr dan Erreppi Buffalo tractors
PT. Maxi Utama Energy di Indonesia)**

By

Dimas Prayogo

This study aims to analyze the factors that influence the repurchase intention of heavy equipment in the agricultural industry in Indonesia. The rapid economic growth in Indonesia has encouraged the development of the automotive industry, including mechanization in the agricultural sector. Agriculture has an important role in providing the primary needs of the community, improving the national economy, and supporting food security. Exports of agricultural products also contribute significantly to economic growth and poverty reduction.

This study used a quantitative approach by collecting data through questionnaires of agricultural business owners or represented by purchasing managers who use heavy equipment. The number of respondents collected was 344. Data were analyzed using SEM-Lisrel 8.80. Some of the factors studied include the quality of heavy equipment products, the quality of service of the provider company, the brand image of the product and the provider company, and customer satisfaction receiving all the services provided by the provider company.

The results of this study show that the eight hypotheses accepted, all exogenous variables significantly affect the repurchase intention of heavy equipment in Indonesia. Satisfaction has also been shown to mediate the effect of product and service quality on repurchase intent. This research has practical implications for heavy equipment manufacturers and distributors in Indonesia to understand the factors that influence heavy equipment buyback intentions by farmers and agricultural business owners. By understanding these factors, manufacturers and distributors can develop more effective marketing strategies and increase customer satisfaction. In addition, this research also provides theoretical contributions in the field of purchasing decisions and agricultural mechanization in Indonesia.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Heavy Equipment.