

ABSTRAK

HUBUNGAN PRODUK, HARGA, LOKASI/DISTRIBUSI, PROMOSI, DAN PELAYANAN DENGAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN

**Studi Kasus pada Konsumen Swalayan Relasi Jaya
Surakarta**

**Dwi Antiko Murti
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan, baik secara parsial maupun simultan antara produk, harga, lokasi/distribusi, promosi, dan pelayanan dengan minat beli ulang konsumen. Penelitian ini adalah studi kasus pada konsumen Swalayan Relasi Jaya Surakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Swalayan Relasi Jaya Surakarta yang sudah memilih untuk membeli produk di Swalayan Relasi Jaya Surakarta. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Korelasi Berganda, Analisis Korelasi Parsial, Uji F dan Uji t pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa : 1). Secara simultan produk, harga, lokasi/distribusi, promosi, dan pelayanan berhubungan signifikan dengan minat beli ulang konsumen dengan nilai $F_{hitung} = 27,440 > F_{tabel} = 2,311$. 2). Secara parsial produk, harga, dan promosi berhubungan signifikan dengan minat beli ulang konsumen.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi/Distribusi, Promosi, Pelayanan, Minat Beli Ulang Konsumen

ABSTRACT

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN PRODUCT, PRICE,
LOCATION/DISTRIBUTION, PROMOTION, AND SERVICE WITH
CONSUMER RE-PURCHASE INTENTION**

**A Case Study On Relasi Jaya Swalayan
Surakarta**

**Dwi Antiko Murti
Economics Department Majoring in Management
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011**

The aim of this study is to know the relationships between product, price, location/distribution, promotion, and service with consumer re-purchase intention. This research is a case study on Relasi Jaya Swalayan Surakarta consumers. Data collection was done by distributing questionnaire to the respondents. Population from this research is Relasi Jaya Swalayan's consumer who have bought Relasi Jaya Swalayan Surakarta's products. The samples consist of 100 respondents. Sampling technique used was Accidental Sampling. Data were analyzed using Multiple Correlation and Partial Correlation analyses. According to data analysis result, it can be concluded that : 1). Simultaneously, product, price, location/distribution, promotion, and service have significant correlations with consumer re-purchasing intention. 2). Partially, product, price, and promotion have a significant correlation with consumer re-purchase intention.

Keywords : Product, Price, Location/Distribution, Promotion, Service, Consumer Re-Purchase Intention.