

ABSTRAK

**BEBERAPA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI MINAT
KONSUMEN UNTUK MEMBELI KEMBALI**

Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta

**Adi Kusuma
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Pengaruh secara simultan variabel produk, kualitas layanan, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan citra perusahaan terhadap minat konsumen untuk membeli kembali pada Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta; (2) Pengaruh secara parsial produk, kualitas layanan, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan citra perusahaan terhadap minat konsumen untuk membeli kembali pada Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Penelitian ini adalah Studi kasus pada konsumen Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan berbelanja di Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Pengumpulan data diambil dari 100 responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik *sampling* yang digunakan adalah model *purposive convenience sampling*, dimana responden adalah orang-orang yang sedang berkunjung dan berbelanja di Carrefour. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa: (1) secara simultan produk, kualitas layanan, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli konsumen pada Carrefour Ambarukmo Plaza yogyakarta; (2) Secara parsial produk, kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas,berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli kembali pada Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

SOME VARIABLES INFLUENCING CONSUMERS TO REPEAT PURCHASE

A Case Study at Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Adi Kusuma
Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011

This research was aimed at analyzing: (1) the influence of variables such as product, service quality, price, promotion, location, facility, and company image simultaneously towards the consumer's willingness to repeat purchase at Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta; (2) the influence of variables such as product, service quality, price, promotion, location, facility, and company image partially towards the consumer's willingness to repeat purchase at Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. This was a case study research which was conducted to the consumers of Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The population was the consumers who ever visited and shopped in Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The data gathering was taken from 100 respondents by distributing the questionnaire. The sampling technique used was *purposive convenience sampling* model, where the respondents were the people who were visiting and shopping in Carrefour. The data analysis technique used was Multiple Linear Regression Analysis. Based on the data analysis the results were: (1) simultaneously the product, service quality, price, promotion, location, facility, and company image influenced the consumer's willingness repeat purchase at Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta; (2) partially the product, service quality, price, location, and facility influenced the consumer's willingness to buy back at Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta