

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN

Studi Kasus pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Sanata Dharma
yang Berbelanja di Mirota Kampus
Jalan C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta

Fransiska Novi Erviandari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/mahasiswi Universitas Sanata Dharma. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi Universitas Sanata Dharma yang pernah berbelanja di Mirota Kampus minimal dua kali. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) harga, kelengkapan produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, (2) harga secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen, (3) kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen, dan (4) lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata Kunci: harga, kelengkapan produk, lokasi, minat beli ulang konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT COMPLETENESS, AND
LOCATION ON THE CUSTOMER REPURCHASE INTEREST**

A Case Study on Students of Sanata Dharma University
Who Shop at *Mirota Kampus*
C. Simanjuntak street No. 70 Yogyakarta

Fransiska Novi Erviandari
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2017

This study aims to figure out the influence of price, product variety, and location on the customer repurchase interest. The population of this research was all students of Sanata Dharma University. The research sample consisted of 100 respondents. The data were collected by distributing questionnaire to students of Sanata Dharma University who shopped minimum twice at Mirota Kampus Simanjuntak. The sampling technique was purposive sampling. The data analysis technique used was the multiple linear regressions. The results of this study show that : (1) simultaneously, the price, product variety, and location influence the customer repurchase interest, (2) partially, the price does not influence positively the customer repurchase interest, (3) the product variety partially influence positively the customer repurchase interest, and (4) partially, the location does not influence positively the customer repurchase interest.

Keywords : price, product variety, location, customer repurchase interest.