

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG

Studi kasus pada mahasiswa pengguna sepatu Converse di Universitas Sanata Dharma

Dwi Septiady Sinaga

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah persepsi konsumen pada kualitas berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu Converse. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yang sering juga disebut dengan *accidental sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sepatu Converse. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (seratus) responden. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, sedangkan analisis dan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa : (1) Mayoritas pengguna sepatu Converse adalah laki-laki yang berusia diatas 20 tahun dan telah melakukan pembelian ulang sebanyak 2 kali. (2) Persepsi konsumen pada kualitas produk termasuk dalam kategori baik. (3) Minat beli ulang termasuk dalam kategori tinggi. (4) Persepsi konsumen pada kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION ON PRODUCT QUALITY TOWARDS RE-BUYING INTEREST

Case study on Sanata Dharma University students using Converse shoes

Dwi Septiady Sinaga

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2018

This study aims to determine whether consumer perceptions of quality affect the interest in re-buying Converse shoes. The type of research conducted in this study is associative research, the sampling technique used is *convenience sampling* which is often also called *accidental sampling* with the criteria of consumers who have ever bought and used Converse shoes. This study used a sample of 100 (one hundred) respondents. The instrument testing technique in this study is validity test, reliability test, and analysis and using classic assumption test, simple regression analysis and descriptive analysis. The results of this study indicates that: (1) The majority of users of Converse shoes are men over the age of 20 years and have made repeat purchases twice. (2) Consumer perception on product quality is included in the good category. (3) Re-buying interest is included in the high category. (4) Consumer perceptions of product quality have an effect on repurchasing interest.

Keywords: Consumer Perception on Product Quality, Repurchase Interest