

ABSTRAK

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

Studi pada Konsumen di Kue Dieng Yogyakarta

Tubagoes Arya Saloko
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen Kue Dieng Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Kue Dieng yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi. Teknik olah data menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* 26, dan data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen. Harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen, sedangkan Kualitas Produk dan lokasi secara parsial berpengaruh kepada minat beli ulang konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Minat Beli Ulang

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND TOWARD
CONSUMER'S REPURCHASE INTENTION
Study on Consumers in Kue Dieng Yogyakarta

Tubagoes Arya Saloko
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to determine the effect of price, product quality and location on consumers repurchase intention of Kue Dieng Yogyakarta either partially or simultaneously. The population in this study are Dieng Cake consumers who have made purchases at least twice. This study used a sample of 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method. The instrument test uses validity and reliability tests, descriptive analysis techniques, classical assumption tests, F tests, T tests and coefficients of determination tests. The data processing technique used the help of the IBM SPSS Statistics 26 application, and the data was obtained by distributing online questionnaires. The results showed that the variables Price, Product Quality and Location simultaneously affect the consumer's repurchase intention. Price partially has no significant effect on consumer repurchase intention, while Product Quality and Location partially affect consumer repurchase intention.

Keywords: Price, Product Quality, Location, Repurchase Intention.