

**ABSTRAK**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG *VOUCHER* SMARTFREN**

Hubertus Cevin Milla  
182214145  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap minat beli ulang *voucher* Smartfren. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i di Yogyakarta yang menggunakan kartu Smartfren. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 96 responden. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan *Software SPSS Statistic 21.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas produk, promosi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang *voucher* Smartfren, 2) kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang *voucher* Smartfren, 3) promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang *voucher* Smartfren, 4) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang *voucher* Smartfren.

Kata kunci : Kualitas produk, Promosi, Harga, Minat Beli Ulang

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICE ON  
REPURCHASE INTENTION OF SMARTFREN VOUCHER**

Hubertus Cevin Milla 182214145  
University Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

*This study aims to determine the effect of product quality, promotion and price on the intention to repurchase Smartfren vouchers. The population in this study are students in Yogyakarta who use Smartfren cards. The sampling technique used was purposive sampling. The number of samples is 96 respondents. The instrument test used is the validity test and reliability test. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data processing using SPSS Statistics 21.0 Software. The results of the study show that*

*1) product quality, promotion and price simultaneously affect the intention to repurchase Smartfren vouchers, 2) product quality partially does not affect the intention to repurchase Smartfren vouchers, 3) promotions partially affect the intention to repurchase Smartfren vouchers, 4) price partially affects the intention to repurchase Smartfren vouchers.*

*Keywords: Product quality, promotion, price, repurchase intention*