

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKET DATA SMARTFREN

Emanuel Michristian Sila

192214071

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap minat beli ulang Paket Data Smartfren. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i di Yogyakarta yang menggunakan kartu Smartfren. 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, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis. 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 Paket Data Smartfren, 2) kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang Paket Data Smartfren, 3) promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang Paket Data Smartfren, 4) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang Paket Data Smartfren.

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

ABSTRACT

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICE ON THE
INTEREST TO BUY SMARTFREN PAKET DATA***

Emanuel Michristian Sila

192214071

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2024

This study aims to determine the effect of product quality, promotion and price on the purchase intention of Smartfren Paket Data. The population in this study were students in Yogyakarta who used the Smartfren card. The number of samples as many as 96 respondents. The test instruments used are validity and reliability tests. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing. Data processing using SPSS Statistics 21.0 Software. The results show that 1) product quality, promotion and price simultaneously affect the purchase intention of Smartfren Paket Data, 2) product quality partially does not affect the purchase intention of Smartfren Paket Data, 3) promotion partially affects the purchase intention of Smartfren Paket Data, 4) the price partially affects the purchase intention of Smartfren Paket Data.

Keywords: Product quality, promotion, price and repurchase intention