

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pelanggan Wonder Bakery Semarang

NOVI DAYANTI

(Pembimbing : Ida Farida, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102317@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Era pasar bebas berdampak pada adanya persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku bisnis, sehingga berdampak pada adanya tuntutan bagi setiap manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Strategi pemasaran yang dimaksud harus mengarah pada terciptanya suatu kesetiaan yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Populasi adalah seluruh pelanggan yang membeli Roti Wonder bakery. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang membeli Roti Wonder Bakery. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden telah melakukan pembelian lebih dari 2 kali. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga promosi dan lokasi terhadap minat beli ulang secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : kualitas produk, harga promosi, lokasi dan minat beli ulang

The Influence of Product Quality, Price, Promotion and Place on Re-purchasing Intention on Customer Wonder Bakery Semarang

NOVI DAYANTI

(Lecturer : Ida Farida, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201102317@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The era of free-market impact the competition which is very tight for businesses, so the impact on the demand for each of the company's management to be more careful in determining the marketing strategy in order to win the competition faced. The marketing strategy is meant to be lead to the creation of a high fidelity of consumers to the products offered by the company.

The population is all customers who bought the Wonder Bread bakery. Thus the samples taken in this study are respondents who bought Wonder Bread Bakery. The sampling that is technique used in this research is purposive sampling is a sampling technique based on the criteria. The criteria used in this research is the respondents have made purchases of more than 2 times. The analytical tool used in this research is multiple linear regression.

The results show that there are significant influence of product quality, price promotion and place and re-purchasing intention both partially and simultaneously

Keyword : product quality, price promotion, place and re-purchasing intention