

**Pengaruh Kualitas Pelayanan,Reference Group,Kualitas  
Produk,Promosi,dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk  
Clara Shop**

**CLARA SYLVIA DEVI**

(Pembimbing : Mahmud, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102291@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Clara Shop merupakan Toko Baju Online Shop yang sangat terpercaya dan sudah dikenal oleh masyarakat luas melalui blog, istagram dan BBM, khususnya di Indonesia, yang menghadirkan model baju dengan design yang menawan dan sangat indah, sehingga tidak aneh jika Clara Shop menjadi pilihan pertama oleh para pecinta Fashion untuk memesan disini. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, reference group, kualitas produk, promosi dan harga terhadap minat beli ulang pada produk Clara Shop.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang merupakan konsumen Clara Shop. Berdasarkan rumus diatas maka sampel yang diambil sebagai subyek penelitian sebanyak 96. Tetapi peneliti akan menyebar 100 kuesioner guna untuk memperoleh data yang lebih luas. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, reference group, kualitas produk, promosi, harga dan minat beli ulang baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, reference group, kualitas produk, promosi, harga dan minat beli ulang

**The Effect of Service Quality,Reference Group,Product  
Quality,Promotion,and Price on Repurchasing Intentions on Clara  
Shop Product**

**CLARA SYLVIA DEVI**

(Lecturer : Mahmud, SE, MM)

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

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102291@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Clara Shop is a Clothing Online Shop which is very reliable and has been recognized by the public through blog, instagram and BBM, particularly in Indonesia, which presents a dress model with a design that is charming and very beautiful, so it is not strange if Clara Shop become the first choice by lovers fashion to order here. The purpose of this study is to determine the effect of service quality, reference group, product quality, promotions and price of repurchasing intentions on Clara Shop product.

The population in this study is the community of Semarang who are consumers Clara Shop. Based on the formula above, the samples are taken as research subjects obtained to 96. However researcher distributes 100 questionnaires in order to obtain more comprehensive data. The analysis tool used is multiple linear regression.

The Research result shows that there are significant effect of service quality , reference group, product quality, promotion, price and repurchasing intention either partially or simultaneously.

**Keyword** : service quality , reference group, product quality, promotion, price, repurchasing intentions