

Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen

DEWI SARTIKA

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : tikaluvblu@yahoo.com

ABSTRAK

pada era globalisasi ini tiap perusahaan dituntut untuk bisa mempertahankan kelangsungan perusahaannya. untuk memenangkan persaingan harus digunakan perencanaan pemasaran yang berorientasi pasar. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk you c 1000 serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. sampel dalam penelitian ini adalah 109 orang yang pernah mengkonsumsi produk you c 1000 lebih dari sekali di kota semarang dengan menggunakan SEM. hasilnya menunjukkan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, minat beli ulang tidak berpengaruh terhadap mloyalitas konsumen, kualitas produk juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas kosumen, sedangkan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci :

Analysis of Influencing Factors on Re-Purchasing Will of `You C 1000` Products and its Effect on Consumers` Loyalty

DEWI SARTIKA

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : tikaluvblu@yahoo.com

ABSTRACT

in the era of globalization is each company claimed to be able to sustain its business. to win the competition have to use market-oriented marketing planning. the purpose of this research is to find out the factors that affect your interest in purchasing the product you c 1000 as well as their impact on consumer loyalty. the sample in this study was 109 people ever consume product you c 1000 more than once in the city of semarang using SEM. result shows the quality of the product and the price effect significantly to buy interest, interest in purchasing the have no effect against mloyalitas consumer, product quality also no effect against the kosumen loyalty, while prices affect consumer loyalty.

Keyword :