

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap *Repurchase Intention* di Vico Donut” ini ditulis oleh Nisa Nursiddah NIM 12405173057, pembimbing Lativa Hartiningtias, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Periode Revolusi Industri 4.0 saat ini sangat berdampak terhadap bisnis atau usaha yang tengah dijalankan orang-orang. Semakin beragamnya keinginan dari konsumen mengharuskan perusahaan mampu menilai apa-apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dimasa sekarang dan dimasa masa mendatang. Dibalik pesaingan yang ketat juga banyak sekali kemudahan yang ditemukan di era ini. Sehingga suatu perusahaan harus segera memposisikan strategi pemasaran yang tepat untuk mengikat pangsa pasar (*market share*). Adapun variabel yang diteliti disini adalah harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap *Repurchase Intention* di Vico Donut.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1.) Adakah pengaruh secara positif dan signifikan harga terhadap intensitas pembelian ulang di Donut Vico? 2.) Adakah pengaruh secara positif dan signifikan kualitas produk terhadap intensitas pembelian ulang di Donut Vico? 3.) Adakah pengaruh secara positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico? 4.) Adakah pengaruh secara positif dan signifikan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico?

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner yang disebarakan pada pelanggan. Data kuisisioner dianalisis dengan menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas residual, uji multikolinieritas), uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi berganda, uji hipotesis (Uji F, Uji T), uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini bahwa secara parsial variabel Harga tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Vico Donut sebesar 64% dan 26%.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan *Repurchase Intention*

## ABSTRACT

The thesis with the title "Effect of Price, Product Quality, and Consumer Satisfaction on *Repurchase Intention* in Vico Donut" was written by Nisa Nursiddah NIM 12405173057, guide Lativa Hartiningtias, M.Pd.

This research is motivated by the Current Period of the Industrial Revolution 4.0 has a great impact on businesses or businesses that are being run by people. The increasingly diverse desire of consumers requires companies to be able to assess what is the desire and needs of consumers in the present and in the future. Behind the tight competition there are also many conveniences found in this era. So a company must immediately position the right marketing strategy to tie market share. The variables examined here are price, product quality and consumer satisfaction with *Repurchase Intentions* in Vico Donut.

The problem formulations in this study are: 1.) Is there a positive and significant effect on the intensity of the repurchase at Donut Vico? 2.) Is there a positive and significant effect on product quality on the intensity of repurchases at Donut Vico? 3.) Is there a positive and significant effect on consumer satisfaction on the intensity of repurchases on Donut Vico? 4.) Is there a positive and significant effect on the price, quality of the product and consumer satisfaction on the intensity of repurchases on Donut Vico?

This research uses quantitative approaches with this type of associative research. In this study the data used is primary data obtained from questionnaires that are distributed to customers. Questionnaire data is analyzed using SPSS 16.0 by conducting validity tests, reliability tests, classical assumption tests (residual normality tests, multicollinerity tests), heteroskidity tests, autocorrelation tests, multiple regression tests, hypothesis tests (Test F, T test), determination coefficient tests.

The results of this study that partially the price variable has no effect on repurchase intention, product quality variable has effect on repurchase intention, consumer satisfaction has no effect on repurchase intention. Simultaneous research provides results that product quality affects *Repurchase Intentions* in Vico Donut by 64% and 26%.

**Keywords:** Price, Product Quality, Consumer Satisfaction And *Repurchase Intention*