

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Kampung Coklat Blitar” ini ditulis oleh Farhana Taufik, NIM 126402202099, dibimbing oleh Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Kampung Coklat yang merupakan salah satu tempat wisata di Kabupaten Blitar yang menjual produk coklat. Dimana produk coklat ini merupakan produk yang cukup disukai banyak orang, maka dari itu diperlukan adanya sebuah strategi pemasaran yang tepat. Dalam penelitian ini menghubungkan lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang konsumen pada produk Kampung Coklat Blitar.

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menguji apakah lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial dapat mempengaruhi berpengaruh minat pembelian ulang konsumen pada produk Kampung Coklat Blitar. Serta untuk menguji apakah lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan dapat mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen pada produk Kampung Coklat Blitar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah asosiatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini 97 responden konsumen Kampung Coklat Blitar. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Serta teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi liner berganda dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Lokasi, harga, dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen pada produk Kampung Coklat Blitar. Serta lokasi, harga, dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen pada produk Kampung Coklat Blitar.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Minat Pembelian Ulang

ABSTRACT

This thesis entitled "The Effect of Location, Price, and Service Quality on Consumer Repurchase Interest in Kampung Coklat Products in Blitar" was written by Farhana Taufik, NIM 126402202099, mentored by Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by Kampung Coklat, which is one of the tourist attractions in Blitar Regency that sells chocolate products. Where this chocolate product is a product that is quite liked by many people, therefore an appropriate marketing strategy is needed. This study connects location, price, and service quality to consumer repurchase interest in Kampung Coklat Blitar products.

The objectives of this study are: To test whether location, price, and service quality can partially influence consumer repurchase interest in Kampung Coklat Blitar products. And to test whether location, price, and service quality can simultaneously influence consumer repurchase interest in Kampung Coklat Blitar products.

The method used in this research is a quantitative approach and this type of research is associative. The sample taken in this study was 97 consumer respondents of Kampung Coklat Blitar. The sampling technique used is simple random sampling technique. The data source used in this research is primary data. The measurements in this study used a Likert scale. As well as data analysis techniques using classical assumption tests, validity tests, reliability tests, multiple liner regression tests and coefficient of determination tests.

The results of this study indicate that: Location, price, and service quality in this study can be concluded that partially have a positive and significant effect on consumer repurchase interest in Kampung Coklat Blitar products. As well as location, price, and service quality in this study can be concluded that simultaneously have a positive and significant effect on consumer repurchase interest in Kampung Coklat Blitar products.

Keywords: *Location, Price, Service Quality, and Repurchase Interest*