

Abstraksi

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi para manajer pemasaran dimana kepuasan konsumen dapat mendorong pembelian ulang. Kepuasan konsumen merupakan aset yang paling penting bagi perusahaan karena dapat digunakan sebagai indikator atas kualitas dan pendapatan perusahaan dimasa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Metode analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan spss 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, minat beli ulang

Abstract

Customer satisfaction is important for marketing managers where consumer satisfaction can encourage repeat purchases. Consumer satisfaction is the most important asset for the company because it can be used as an indicator of quality and company revenue future.

This study aimed to examine the effect of price and service quality through customer satisfaction with the buying interest. This study used a questionnaire of 100 respondents. Sampling techniques using purposive sampling. Data analysis method used is multiple linear regression using SPSS 16.

The results showed that the variables significantly influence the price of customer satisfaction, service quality variables affect signifikan to customer satisfaction. Variables significant effect on the price of buying interest again, service quality variables significantly influence the buying interest. Variable customer satisfaction significantly influence the buying interest.

Keywords: *price, service quality, customer satisfaction, buying interest re*