

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SOCIOLLA BANJARMASIN

Nanda Ayu Septiana, Hj.Farida Yulianti¹, Ervica Zamilah²

1)Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad

Al Banjari Banjarmasin, NPM. 19310973

2)Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad

Al Banjari Banjarmasin, NIDN. 1116028801

3)Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad

Al Banjari Banjarmasin, NIDN. 1124066801

Nandaayuseptiana11@gmail.com/ 087710560621

ABSTRAK

Nanda Ayu Septiana, 2023, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Sociolla Banjarmasin, Pembimbing I : Hj.Farida Yulianti, SE, MM. Pembimbing II : Ervica Zamilah, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin, (2) pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin, (3) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin, (4) variabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin, (5) pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan Teknis analisis data yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Populasi penelitian seluruh konsumen Sociolla dan teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner melalui google form sebanyak 50 responden sebagai sampel.

Hasil penelitian menunjukkan (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dengan dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai t hitung 6.905 dan nilai sig $0.000 < 0.05$, (2) harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang, dengan dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai t hitung 0.469 dan nilai sig $0.643 > 0.05$, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dengan dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai t hitung 9.335 dan nilai sig $0.000 < 0.05$, (4) berdasarkan hasil dari uji t, variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk dengan t

hitung 9.335 dan nilai sig 0.000, (5) citra merek, harga, dan kualitas produk dan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang pada Sociolla Banjarmasin, dibuktikan dari hasil uji f dengan nilai f hitung 31.157 dan nilai sig $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: Citra merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

DAFTAR PUSTAKA

Awareness. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa, 18(3), 20–31.

Bandung.

Fatmalawati, S. D. Andriana, N. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation*. e-ISSN: 2580-9490.

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasanah, M. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kosmetik Berlabel Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta*.

Hayati, N.M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Puspa Indah Cosmetic Magelang*.

Hidayah, S. A, R.A.E.P. Apriliani (2019). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)*.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.

Sugianto. Maryanto, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul*

Pengguna Iphone. ISSN: 2715-0186

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
Alfabeta. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sunyoto. Danang (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing
Service (CAPS)