

PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG

(Survey pada Pelanggan *Sneakers Geoff Max* yang Melakukan Pembelian Secara *Online* di Yogyakarta)

ROFIF ZAINUL ABIDIN

141150124

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta

rofifza@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, persepsi kualitas produk, desain produk dan promosi terhadap minat pembelian ulang. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2019. Pengumpulan data primer menggunakan metode kuisioner yang disebarakan melalui google form dan dibagikan kepada 100 orang responden, yang disusun dengan menggunakan skala *likert* dan kemudian dihitung menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari Uji F penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan gaya hidup, persepsi kualitas produk, desain produk dan promosi secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang pada pelanggan *sneakers Geoff Max* di Yogyakarta secara online. Hasil Uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen yang terdiri dari gaya hidup, persepsi kualitas produk, desain produk dan harga promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat pembelian ulang

Kata kunci: Gaya Hidup, Persepsi Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi dan Minat Pembelian Ulang.