PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULANG

(SURVEI PADA PELANGGAN TAS MEREK TUTBEK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

ALAWIAH

NIM: 141150067

alawiaherz@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan Iklan terhadap minat beli ulang pada Pelanggan tas merek Tutbek. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* teknik *purposive sampling* dengan domisili responden di Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 150 responden dengan kriteria Pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk tas merek Tutbek minimal satu kali. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 16.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas produk, harga dan Iklan memiliki pengaruh yang postif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Iklan, Minat Beli Ulang