

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KOMUNIKASI
PEMASARAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK ERIGO**

(Survei pada Mahasiswa S-1 UPN “Veteran” Yogyakarta)

MUHAMMAD RAFIF NAUFAL

NIM 141190253

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

rafifnaufal@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Komunikasi Pemasaran terhadap Niat Beli Ulang produk Erigo. Penelitian ini dilakukan melalui survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini adalah 132 responden yang merupakan mahasiswa S-1 UPN “Veteran” Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa S-1 UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah membeli produk Erigo minimal satu kali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk, Harga, dan Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang secara bersama-sama, 2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang, 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang, 4) Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Komunikasi Pemasaran, Niat Beli Ulang