

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA,
SUASANA LINGKUNGAN *INTERNAL* DAN CITRA LOKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG ANGKRINGAN
DI JALAN MALIOBORO KOTA YOGYAKARTA**

ARIYAN MAHMUD

NIM : 141120180

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

ariyanmahmud@gmail.co.id

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk, persepsi harga, suasana lingkungan *internal* dan citra lokasi terhadap minat pembelian ulang angkringan di jalan Malioboro kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuisioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu kepada 100 pelanggan angkringan di jalan Malioboro kota Yogyakarta. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian secara bersama-sama, variasi produk, persepsi harga, suasana lingkungan *internal* dan citra lokasi mempengaruhi minat pembelian ulang sebesar 38,8% dan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan secara parsial, disimpulkan bahwa persepsi harga dan suasana lingkungan *internal* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. variasi produk memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat pembelian ulang dan citra lokasi memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata kunci : Variasi Produk, Persepsi Harga, Suasana Lingkungan Internal, Citra Lokasi, Minat Pembelian Ulang.