

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang
Konsumen Mixue & Tea (Studi Kasus Mixue & Tea Di Jalan. Pahlawan Kusuma
Bangsa Di Kota Kediri)

Umi Fitriyah

Email : umifit11@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing :1. Dr. Djunaidi, MM

2. Nonni Yap, S.M., M.Ak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen Mixue & Tea. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Mixue & Tea, dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden dibulatkan menjadi 100 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, cita rasa, berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : harga, cita rasa, kualitas pelayanan dan minat beli ulang

ABSTRACT

*The Influence of Price, Taste, and Service Quality on Mixue & Tea Consumer
Repurchase Interest (Case Study of Mixue & Tea on Jalan. Pahlawan Kusuma
Bangsa in Kediri City)*

Umi Fitriyah

Email : umifit11@gmail.com

Faculty of Economics and Business, University of Kadiri

Supervisor : 1. Dr. Djunaidi, MM

2. Nonni Yap, SM,. M.Ak

This study aims to analyze the effect of price, taste, and service quality on the repurchase intention of Mixue & Tea consumers. The population and sample in this study were consumers who bought Mixue & Tea, and the number of respondents as the sample in this study was 97 respondents rounded up to 100 respondents. The type of data used in this study is primary data. The data collection method used is a questionnaire. Data analysis technique using multiple linear regression analysis test. The results of the analysis in this study indicate that price has a positive and significant effect on repurchase intention, taste, has a positive and insignificant effect on repurchase intention and service quality has a positive and not significant effect on repurchase intention and service quality has a positive and significant effect on interest buy again.

Keywords: *price, taste, service quality and repurchase intention*