

ABSTRAK

Keputusan pembelian ulang merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa secara berulang. Minat membeli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika konsumen memutuskan untuk mengadopsi suatu produk setelah konsumen mencoba produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang pada produk Toko Kopi Damar di Denpasar.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Penentuan sampel dilakukan menggunakan *Purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang di berikan maka keputusan pembelian ulang akan meningkat. (2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik penempatan lokasi, maka keputusan pembelian ulang akan meningkat. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan semakin baik persepsi masyarakat terhadap citra merek, maka keputusan pembelian ulang akan meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Citra Merek, Keputusan Pembelian Ulang



UNMAS DENPASAR

ABSTRACT

A repurchase decision is a consumer commitment that is formed after the consumer makes a repeat purchase of a product or service. High repurchase interest reflects a high level of satisfaction from consumers when consumers decide to adopt a product after the consumer has tried the product and then a sense of liking for the product arises. This study aims to determine the influence of product quality, location and brand image on repurchase decisions on Damar Coffee Shop products in Denpasar.

In this study, data were collected through the questionnaire method with a total sample of 90 respondents. Sample determination was carried out using Purposive sampling. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis.

The results showed that: (1) Product quality has a positive and significant effect on repurchase decisions, it shows that the better the quality of the products given, the decision to repurchase will increase. (2) Location has a positive and significant effect on repurchase decisions, indicating that the better the location placement, the more repurchase decisions will increase.(3) Brand image has a positive and significant effect on repurchase decisions, it shows that the better the public's perception of the brand image, the more repurchase decisions will increase.

Keywords: *Product Quality, Location, Brand Image, Repurchase Decision*



UNMAS DENPASAR