

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA CV BALI KALPAWREKSA

Abstrak

Keputusan pembelian ulang adalah suatu tindakan yang di lakukan oleh konsumen sebelum memutuskan membeli dan memakai atau menikmati kembali produk baik barang maupun jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian ulang pada CV. Bali Kalpawreksa

Populasi dalam penelitian ini konsumen pada CV. Bali Kalpawreksa Denpasar, yaitu semua konsumen yang belanja lebih dari sekali dari tahun 2015. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 97 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian di bidang yang sama dapat menambahkan maupun menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang yang belum dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci :citra merek, kualitas produk, media sosial dan keputusan pembelian ulang.