

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA CUCI SEPATU
(STUDI PENELITIAN PADA JASA LAUNDRY SEPATU
KUSUMASHOESCARE DI KARANGASEM)**

Abstrak

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya menggugah niat untuk melakukan pembelian ulang produk jasa tidaklah mudah, Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, dua diantaranya yaitu kualitas layanan dan harga. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang di Kusumashoescare Karangasem.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kusumashoescare yang tinggal di Karangasem yang berusia 18 tahun keatas sudah pernah melakukan transaksi pembelian produk jasa lebih dari dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli ulang di Kusumashoescare Karangasem dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang di Kusumashoescare Karangasem.

Kata Kunci: persepsi harga, kualitas layanan, minat beli ulang

UNMAS DENPASAR