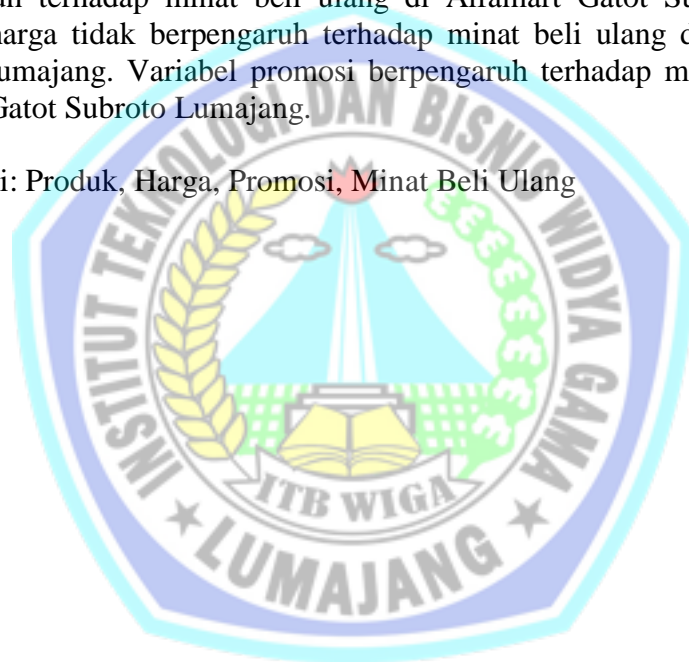


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga dan promosi secara parsial terhadap minat beli ulang di Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan lokasi penelitian yang digunakan adalah Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan sumber data eksternal dari konsumen Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Alfamart Gatot Subroto Lumajang dengan jumlah tak terhingga. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel yang digunakan yaitu sejumlah 80 sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap minat beli ulang di Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang di Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang di Alfamart Gatot Subroto Lumajang.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Minat Beli Ulang



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product, price and promotion partially on repurchase interest at Alfamart Gatot Subroto Lumajang. This study uses a quantitative type with the research location used is Alfamart Gatot Subroto Lumajang. The type of data used is primary data with external data sources from consumers Alfamart Gatot Subroto Lumajang. The population in this study were all consumers of Alfamart Gatot Subroto Lumajang with an infinite number. The sampling method used the accidental sampling method. The sample used is a number of 80 samples. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that the product has an effect on repurchase interest at Alfamart Gatot Subroto Lumajang. The price variable has no effect on repurchase interest at Alfamart Gatot Subroto Lumajang. Promotional variables affect repurchase interest at Alfamart Gatot Subroto Lumajang.

Keywords: Product, Price, Promotion, Repurchase Interest

