

ABSTRAK

Toko Asatu Lumajang merupakan perusahaan ritel yang beroperasi di pusat kota Lumajang. Perusahaan ini bergerak dibidang ritel alat tulis sekolah, kantor, aksesoris dan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang ATK di Toko Asatu Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang memperhatikan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis dengan uji parsial (Uji t) dan koefisien determinasi. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 60 responden yang merupakan konsumen yang melakukan pembelian ATK di Toko Asatu Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Word Of Mouth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang ATK di Toko Asatu Lumajang. (2) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang ATK di Toko Asatu Lumajang. (3) Persepsi Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang ATK di Toko Asatu Lumajang.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang, Toko Asatu Lumajang.



ABSTRACT

Asatu Lumajang Store is a retail company operating in the city center of Lumajang. This company is engaged in the retail sector of school stationery, office supplies, accessories and others. This study aims to analyze the influence of Word Of Mouth, Product Quality and Price Perception on the Interest in Repurchasing Stationery at Asatu Lumajang Store. The method used in this study is a quantitative research method using multiple linear regression analysis techniques that pay attention to validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing with partial tests (t-tests) and coefficients of determination. The sample in this study consisted of 60 respondents who were consumers who purchased stationery at Asatu Lumajang Store. The results of this study indicate that (1) Word Of Mouth partially does not have a significant effect on the Interest in Repurchasing Stationery at Asatu Lumajang Store. (2) Product Quality partially has a significant effect on the Interest in Repurchasing Stationery at Asatu Lumajang Store. (3) Price Perception partially does not have a significant effect on the Interest in Repurchasing Stationery at Asatu Lumajang Store.

Keywords: *Word Of Mouth, Product Quality, Price Perception, Repurchase Interest, Asatu Lumajang Store.*

