

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG
(Studi Pada Konsumen Mojag Coffe Mojoagung)**

ABSTRAK

Oleh:

M Deni Rifan Rangge

1961278

Dosen Pembimbing

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen Mojag Coffe Mojoagung. Penelitian ini merupakan penelitian explanatory research dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mojag Coffe Mojoagung yang berjumlah 100 orang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan purposive sampling. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi dengan skala pengukuran menggunakan skala linkert. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi IBM Statistik program software SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Minat beli ulang konsumen Mojag Coffe melalui penelitian ini dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen dan persepsi harga sebesar 42% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *Kepuasan Konsumen, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang*

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION AND PRICE
PERCEPTION ON REPURCHASE INTEREST
(Study on Mojag Coffe Mojoagung)**

ABSTRACT

By :

M Deni Rifan Rangge

1961278

Supervisor

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

This study aims to determine the effect of consumer satisfaction and price perceptions on repurchase intention to consume Mojag Coffe Mojoagung. This research is an explanatory research using a quantitative approach. The population in this study were 100 consumers of Mojag Coffe Mojoagung. The sample in this study used a purposive sampling technique. Data collection techniques in this study used questionnaires, interviews and documentation with a measurement scale using a Likert scale. Data analysis was used using multiple linear regression analysis with the help of the IBM Statistics application SPSS 21 software program. The results of this study indicate that customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention. The repurchase interest of Mojag Coffee consumers through this research is influenced by the variables of consumer satisfaction and price perceptions by 42% and the rest is influenced by other factors.

Keywords: Consumer Satisfaction, Perceived Price, Repurchase Intention