

**PENGARUH CITA RASA, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA BAKSO & MIE AYAM
(Studi Pada Bakso & Mie Ayam Solo Arif)**

Aulia Putri Hardiani ¹. Siti Zuhroh ²

STIE PGRI DewantaraJombang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis pengaruh cita rasa, harga dan fasilitas terhadap niat beli ulang Bakso & Mie ayam Solo Arif Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah seluruh pelanggan Bakso & Mie Ayam Solo Arif dengan sampel berjumlah 100 orang., analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Cita rasa yang baik mampu mendorong niat bneli ulang, Persepsi Harga yang baik mampu mendorong niat bneli ulang dan Fasilitas yang baik mampu mendorong niat bneli ulang

Kata Kunci: cita rasa, persepsi harga, fasilitas dan niat beli ulang