

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa ada stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk meraih hati para konsumen untuk membeli di toko tersebut yakni tentang Promosi, Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang serta Kepuasan Pelanggan pada Kuliner Online Ndararasa di Celep Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitik beratkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli lebih dari satu kali di Kuliner Ndararasa di Celep Sidoarjo. Sample responden-responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Sedangkan metode pengambilan sampel penelitian ini dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, penelitian ini dilakukan secara survey. Alat uji yang dilakukan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 15,00. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yg diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,13 , variabel produk sebesar 0,382 , variabel kualitas pelayanan sebesar 0,456 untuk variabel kepuasan pelanggan. Dan uji F sebesar F hitung 22,718 > F tabel 2,81 dengan tingkat signifikansi sebesar $(0,000) < \alpha (0,05)$ yg artinya variabel promosi, produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji t variabel promosi $0,471 < t$ tabel 2,012 , variabel produk bernilai t hitung 2,370 > t tabel 2,012 , variabel kualitas pelayanan bernilai t hitung 2,717 > t tabel 2,012 untuk variabel kepuasan pelanggan yg artinya variabel produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang serta kepuasan pelanggan dan untuk variabel promosi tidak mempengaruhi minat beli ulang. Dan pada penelitian ternyata variabel Kualitas Pelayanan yg paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Keyword : Promosi, Produk, Kualitas Pelayanan , Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This research is intended so that marketers know that there is a simple stimulus that can be developed to win the hearts of consumers to buy at the store, namely on Promotion, Product and Service Quality of Repurchase Interest and Customer Satisfaction at Ndalarasa Online Culinary in Celep Sidoarjo. This research was conducted using a quantitative approach that is research that emphasizes conclusions that can be generalized. The sample in this study were consumers who bought more than once at Ndalarasa Culinary in Celep Sidoarjo. The sample of respondents in this study used a non probability sampling method. While the method of sampling the study was conducted randomly, data collection using research instruments, this research was conducted by survey. The test tool used is multiple linear regression analysis techniques with SPSS 15.00 software. After testing the proposed hypothesis, the regression coefficient values obtained promotion variable of 0.13, product variables of 0.382, service quality variables of 0.456 for satisfaction variables customer. And the F test for F count 22.718 > F table 2.81 with a significance level of (0,000) < a (0.05) which means that the promotion, product and service quality variables simultaneously affect customer satisfaction. T-test results of promotion variable 0.471 < t table 2,012, product value variable t count 2,370 > t table 2,012, service quality variable value t count 2,717 > t table 2,012 for customer satisfaction variables which means product variables and service quality affect the interest in repurchase and satisfaction customers and promotion variables do not affect repurchase interests and customer satisfaction. And in the research it turns out the product variables that most influence customer satisfaction.

Keyword: Promotion, Product, Service Quality, Repurchase Interest