

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK MINUMAN PANK CAFFE CAPPUCINO CINCAU

Oleh
NIKKO PRIMA S

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan, citra merek dan persepsi harga terhadap pembelian ulang produk minuman Pank Caffe Cappucino Cincau. Jenis penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausal, populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Pank Caffe Cappucino Cincau di Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial terdapat dua variabel independen yaitu, citra merek dan persepsi harga yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada produk Pank Caffe Cappucino Cincau. Sedangkan variabel pengalaman pelanggan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang konsumen. Secara simultan, tiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kesimpulan: citra merek dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang konsumen pada produk Pank Caffe Cappucino Cincau. Saran: untuk penelitian selanjutnya agar bisa menambah variabel seperti kualitas produk, promosi, lokasi, kelompok acuan dan menggunakan jenis data penelitian kualitatif.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Citra Merek, Persepsi Harga, Pembelian Ulang.