

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, SERTA LOKASI TERHADAP NIAT BELI ULANG DI PEMPEK FRESH CAFE BANDAR LAMPUNG

Oleh

Julie Dwi Anissa

Perkembangan bisnis kuliner di Bandar Lampung saat ini semakin pesat. Salah satu kuliner yang terkenal di Bandar Lampung adalah pempek. Pempek Fresh Café menjadi salah satu bisnis kuliner pempek di Bandar Lampung. Kuliner pempek yang diterima baik oleh masyarakat menjadikan banyaknya persaingan bisnis kuliner ini di Bandar Lampung. Pelaku bisnis perlu memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan, keberagaman produk yang diberikan, harga yang ditetapkan, serta lokasi keberadaan bisnis, hal ini perlu dilakukan agar menumbuhkan niat beli ulang pada konsumen setelah pernah melakukan pembelian pada usaha bisnis tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari variabel kualitas produk, keberagaman produk, harga, serta lokasi sebagai variabel bebas terhadap niat beli ulang sebagai variabel terikat pada Pempek Fresh Cafe Bandar Lampung. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 108 konsumen. Sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linier berganda, serta uji hipotesis yaitu uji t, uji f, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, keberagaman produk, harga, serta lokasi berpengaruh terhadap variabel niat beli ulang. Pada kualitas produk menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar, sedangkan lokasi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling kecil. Pempek Fresh Café perlu menambahkan porsi pada produk yang ditawarkan kepada konsumen, penyimpanan bahan baku produk perlu dijaga agar tidak mudah rusak dan basi, serta penambahan lahan parkir perlu diperluas demi kenyamanan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Keberagaman Produk, Harga, Lokasi, Niat Beli Ulang, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT DIVERSITY, PRICE, AND LOCATION ON REPURCHASE INTENTIONS AT PEMPEK FRESH CAFE BANDAR LAMPUNG

By

Julie Dwi Anissa

The development of the culinary business in Bandar Lampung is currently growing rapidly. One of the famous culinary in Bandar Lampung is pempek. Pempek Fresh Café is one of the pempek culinary businesses in Bandar Lampung. Pempek culinary which is well received by the community has resulted in a lot of competition in this culinary business in Bandar Lampung. Business actors need to pay attention to the quality of the products offered, the diversity of products provided, the prices set, and the location of the business, this needs to be done to foster repurchase intentions in consumers after having purchased the company. The purpose of this study was to test the effect of the variables of product quality, product diversity, price, and location as independent variables on repurchase intentions as dependent variables in Pempek Fresh Cafe Bandar Lampung. The method used in this study is quantitative. This study was conducted by distributing questionnaires to 108 consumers. The sample used purposive sampling, which is a technique for determining samples that match the criteria determined by the researcher. The data analysis methods used were validity tests, reliability tests, and multiple linear regression, as well as hypothesis tests, namely t-tests, f-tests, and coefficients of determination (R²). The results of this study indicate that the variables of product quality, product diversity, price, and location affect the variable of repurchase intention. Product quality is the variable that has the greatest influence, while location is the variable that has the smallest influence. Pempek Fresh Café needs to add portions to the products offered to consumers, storage of raw materials for products needs to be maintained so that they are not easily damaged and stale, and the addition of parking areas need to be expanded for consumer convenience.

Keywords : Product Quality, Product Diversity, Price, Location, Repurchase Intention, Consumer Behavior