

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Olahraga Nike (R.A. Nurlinda)
Nama : Erlan Perkasa
Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu olahraga Nike. Variabel independen terdiri atas Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga, variabel dependen adalah Minat Beli Ulang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli dan menggunakan sepatu olahraga Nike. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 150 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang bersifat kasual dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli ulang. Harga berhasil menjadi variabel yang paling dominan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang

ABSTRAK

Title : *The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Repurchase Interest in Nike Sports Shoes (R.A. Nurlinda)*
Name : *Erlan Perkasa*
Study Program : *S-1 Manajemen*

This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Repurchase Interest in Nike sport shoes. The independent variable consists of Brand Image, Product Quality, and Price, the dependent variable is Repurchase Interest. This research was conducted on consumers who buy and use Nike sport shoes. The sample used was as many as 150 respondents with a sampling technique that is purposive sampling. This type of research is casual associative and the method used in this study is Multiple Linear Regression Analysis.

The results of this study indicate that Brand Image, Product Quality, and Price have a positive and significant effect on Repurchase Interest, while Brand Image has no positive and significant effect on Repurchase Interest. Product Quality has a positive and significant effect on Repurchase Interest. Price has a positive and significant effect on Repurchase Interest. Price succeeded in becoming the most dominant variable of Repurchase Interest.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Repurchase Interest