

ABSTRAK

Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Harga Kredit, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan CV. SELARAS Di PT. Adis Dimension Footwear)

Nama : Muthia Ulfa

Program Studi : S1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga Kredit, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan CV. SELARAS. Pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan Metode Non Probability Sampling dengan menggunakan teknik Purposive Sampling sebanyak 150 responden dengan batasan usia 20 tahun dan mengetahui layanan jasa kredit CV. SELARAS. Jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden sebanyak 30 butir, yang terdiri dari 4 butir pernyataan Persepsi Harga Kredit, 6 butir pernyataan Promosi Penjualan, 10 butir pernyataan Kualitas Pelayanan, 6 butir pernyataan Minat Beli Ulang, dan 4 butir pernyataan Kepuasan Pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, uji F, uji t dan analisis jalur. Hasil penelitian berdasarkan analisis jalur menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Pengaruh langsung Persepsi Harga Kredit, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga Kepuasan Konsumen tidak dapat menjadi variabel intervening antara Persepsi Harga Kredit, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci : Persepsi Harga Kredit, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang