

**ABSTRAK**

Nama : Nur Hikmah  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga, Dan Atmosfer Toko Terhadap Minat Beli Ulang Di Hari Hari Pasar Swalayan Duta Harapan Indah, Teluk Gong

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi, persepsi harga, dan atmosfer toko terhadap minat beli ulang. Jenis penelitian ini adalah data kualitatif yang kemudian data tersebut dikuantitatifkan dengan *skala likert*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuisisioner. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 175 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa 1) bauran promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. 2) persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. 3) atmosfer toko berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci** : Bauran Promosi, Persepsi Harga, Atmosfer toko, Minat Beli Ulang

x + 94 halaman : 9 gambar; 17 tabel daftar

Pustaka : 29 (1992 – 2018)

**ABSTRACT**

*Name* : Nur Hikmah

*Study Program* : Management

*Title* : *The Influence Of Promotional Mix, Price Perception, And Store Atmosphere On Repurchase Intention On Hari Hari Supermarket Duta Harapan Indah, Teluk Gong*

*The purpose of this study was to find out the influence of promotional mix, price perception, and store atmosphere on repurchase intention . This type of research is qualitative data which then the data is followed by a likert scale. The data used is primary data obtained by the dissemination of questionnaires. Sampling techniques carried out in this study are using non probability sampling techniques using purposive sampling techniques. Respondents in this study numbered 175 respondents. Data analysis techniques used are multiple linear analysis. The results of the data analysis showed that 1) the promotional mix significantly influenced the repurchase intention . 2) price perception has a significant effect on repurchase intention . 3) The atmosphere of the store has a significant effect on on repurchase intention.*

**Keywords** : *Promotional Mix, Price Perception, Store Atmosphere, repurchase intention*

*ix + 94 pages* : *9 images; 17 list tables*

*Bibliography* : *29 (1992 – 2018)*