

Pengaruh citra toko product signatureness dan variasi kualitas terhadap intensi pembelian kembali = The effect of store image product signatureness and quality variation toward repurchase intention

Ekasari Puspaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347091&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini mempelajari tentang pengaruh variabel yang tidak berwujud yang mempengaruhi persepsi kualitas konsumen dan intensi pembelian kembali. Menemukan bahwa citra toko, product signatureness, dan variasi kualitas terhadap intensi pembelian kembali. Tiga hal tersebut mempengaruhi intensi pembelian kembali yang merupakan bagian yang dimediasi oleh persepsi kualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra toko, product signatureness, dan variasi kualitas terhadap intensi pembelian kembali, menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas konsumen terhadap intensi pembelian kembali. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan data dilakukan dengan metode survey melalui kuesioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen ?Minimarket X? Jakarta dengan jumlah sampel 115 orang dan teknik pengambilan sampel dengan conventional dan judgemental sampling. Software yang digunakan adalah Statistical Process Social Science (SPSS) dan Lisrel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) citra toko dan variasi kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas, 2) citra toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian kembali, 3) persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian kembali.

.....

This study examines the effect of intangible extrinsic cues on consumer quality perception and repurchase intention Find that store image product signatureness and quality variation toward repurchase intention reduces both outcomes All effects of the three extrinsic cues on purchase intention are partially mediated by quality perception The purpose of this study is to analyze and explain the effect of store image product signatureness and quality variation to the repurchase intention analyze and explain the influence of perceived quality of consumers repurchase intention Types of research used in this research is quantitative research Method of data collection is done through a questionnaire survey method Population and sample in this study is that consumers Minimarket X Jakarta with a sample of 115 people and with conventional sampling techniques and judgmental sampling Software used is Statistical Process Social Science SPSS and Lisrel The results showed that 1 the store image and quality variation have a positive and significant impact on the quality perception 2 the store image has a positive and significant impact on repurchase intentions 3 quality perception has a possitive and significant impact on repurchase intention.