

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2024**

**Gizca Fillardha
1202019108**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Janji Jiwa DKI Jakarta).

150 + xv halaman, 20 tabel, 4 gambar dan 3 lampiran

Uraian Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Janji Jiwa DKI Jakarta). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen Kopi Janji Jiwa DKI Jakarta yang pernah mengunjungi dan membeli langsung ke toko dalam waktu 6 bulan terakhir yang berjumlah 180 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. (3) Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang. (4) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang. (5) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Minat Beli Ulang.