

ABSTRAK

RANIA HASNA SARI, 20111086

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FORE COFFEE KOTA SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024

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

Industri kopi telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa waktu terakhir. Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya dengan tujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada *Fore Coffee*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan Teori Perilaku Terencana (TPB). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen *Fore Coffee* di Surabaya, dan dianalisis menggunakan SPSS Versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas produk memiliki nilai t-hitung 12,850 > 1,986 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Harga memiliki nilai t-hitung 16,846 > 1,986 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Citra merek memiliki nilai t-hitung 20,827 > 1,986 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Secara bersama-sama, ketiga variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai f-hitung 168,788 > f-tabel 2,70 dan signifikansi 0,000 < 0,05.