

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KETESEDIAAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI RUMAH MAKAN JUJUN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh:

**SHELLY SETIA JUNITA
NPM :1810061201177**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KETERSEDIAAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI RUMAH MAKAN JUJUN**

SHELLY SETIA JUNITA

Pembimbing Edia Satria, S.E.,M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas produk, harga dan ketersediaan produk terhadap minat beli ulang di Rumah Makan Jujun berjumlah 60 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk (X1) terhadap minat beli ulang (Y) di Rumah Makan Jujun dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($2,065 \geq 2,00324$) dengan nilai signifikan = $0,044 < 0,05$. Dimana besarnya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di rumah makan Jujun sebesar 7,58%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (X2) secara parsial terhadap minat beli ulang (Y) di Rumah Makan Jujun dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($2,333 \geq 2,00324$) dengan nilai signifikan = $0,023 < 0,05$. Dimana besarnya harga terhadap minat beli ulang di Rumah Makan Jujun sebesar 11,25%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ketersediaan produk (X3) secara parsial terhadap minat beli ulang (Y) di Rumah Makan Jujun dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($3,106 \geq 2,00324$) dengan nilai signifikan = $0,003 < 0,05$. Dimana besarnya ketersediaan produk terhadap minat beli ulang di Rumah Makan Jujun sebesar 18,37%. Terdapat secara simultan pengaruh antara kualitas produk (X1), harga (X2) dan ketersediaan barang (X3) terhadap minat beli ulang (Y) yaitu sebesar 37,2% sedangkan sisanya 62,8% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Ketersediaan Produk dan Minat Beli Ulang

*INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PRODUCT
AVAILABILITY ON REPURCHASING INTEREST
AT JUJUN'S RESTAURANT*

SHELLY SETIA JUNITA

Supervisor Edia Satria, S.E.,M.M

Study Program Management

Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to test product quality, price and product availability on repurchase interest at Jujun Restaurant with a total of 60 respondents. Data collection in this study is primary data collected through distributing questionnaires to respondents. This research method uses quantitative methods, while the analytical techniques used are multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination test. Partially there is an effect of product quality (X1) on repurchase interest (Y) at Jujun Restaurant as evidenced by the value of t count t table (2.065 2.00324) with a significant value = 0.044 <0.05. Where the magnitude of the influence of product quality on repurchase interest at Jujun restaurants is 7.58%. There is a positive and significant effect between price (X2) partially on repurchase interest (Y) at Jujun Restaurant as evidenced by the t count t table (2.333 2.00324) with a significant value = 0.023 <0.05. Where the price for repurchase interest at Jujun Restaurant is 11.25%. There is a positive and significant effect between product availability (X3) partially on repurchase interest (Y) at Jujun Restaurant as evidenced by the t count t table (3.106 2.00324) with a significant value = 0.003 < 0.05. Where the amount of product availability on repurchase interest at Jujun Restaurant is 18.37%. There is a simultaneous influence between product quality (X1), price (X2) and availability of goods (X3) on repurchase interest (Y) which is 37.2% while the remaining 62.8% is explained by other causal factors not examined in the study. this.

Keywords: *Product Quality, Price Product Availability And On Repurchasing*