

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK GOLDEN LAMIAN

ABSTRAK

Abstract: This research aims to analyze the influence of service quality, brand image, and price perception on repurchase intention towards Golden Lamian products. A survey method was utilized to gather data from respondents who are consumers of these products. Multiple linear regression analysis was conducted to examine the relationship between independent variables (service quality, brand image, and price perception) and the dependent variable (repurchase intention). The research findings indicate that service quality, brand image, and price perception significantly influence repurchase intention. The managerial implications of these findings can assist companies in enhancing marketing strategies and customer service to increase consumer loyalty towards Golden Lamian products.

Keywords: brand image, brand trust, consumer satisfaction, consumer loyalty

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan persepsi harga terhadap minat pembelian ulang pada produk Golden Lamian. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang merupakan konsumen produk tersebut. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas layanan, citra merek, dan persepsi harga) dan variabel dependen (minat pembelian ulang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra merek, dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang. Implikasi manajerial dari temuan ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan layanan pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen terhadap produk Golden Lamian.

Kata kunci: brand image, brand trust, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen