

RINGKASAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Membeli Ulang (Pada Konsumen Bunto’s Chicken Purwokerto)” bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, cita rasa, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap niat membeli ulang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Bunto’s Chicken Purwokerto, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan untuk pengujian hipotesis digunakan uji secara parsial (uji t).

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pengujian secara parsial menunjukkan variabel citra merek, cita rasa, persepsi harga, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli ulang Bunto’s Chicken Purwokerto.

Implikasi dari kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai upaya untuk terus meningkatkan niat membeli ulang para konsumennya, pihak manajemen Bunto’s Chicken Cabang Purwokerto perlu menerapkan berbagai kebijakan yang tepat, khususnya yang terkait dengan citra merek, cita rasa, persepsi harga dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: citra merek, cita rasa, persepsi harga, kualitas pelayanan, dan niat membeli ulang.

SUMMARY

The research, titled “The Effect of Brand Image, Taste, Price Perception, and Service Quality of Re-purchase Intention (At Consumer Bunto’s Chicken Purwokerto)” aims to analyze the influence of brand image, taste, price perception, and service quality of the re-purchase intention. The population in this research is that consumers who have made purchases in Bunto’s Chicken Purwokerto, with a total sample of 110 respondents. Data analysis method used is multiple regression analysis and the significance level use the partial test (t test).

Based on the results of analysis show that the partial test showed variable brand image, taste, price perception, and service quality has a positive and significant effect on the intention to re-purchase Bunto’s Chicken Purwokerto.

The implications of the conclusion of this research is an attempt to continue to increase the purchase intent of consumers, the management of the branch Purwokerto Bunto’s Chicken needs to implement appropriate policies, particularly with regard to brand image, taste, price perception, and service quality.

Keywords: brand image, taste, price perception, service quality, and re-purchase intention.

