

INTISARI

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen puas maka kemungkinan mereka akan membeli produk itu lagi. Persepsi kualitas produk dan harga sangat berpengaruh terhadap minat membeli ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor persepsi kualitas produk dan harga terhadap minat membeli ulang produk sepeda motor bebek merek Yamaha di Kecamatan Gamping Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan.

Responden penelitian ini adalah masyarakat Gamping dalam kategori dewasa yang pernah membeli sepeda motor bebek merek Yamaha dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0 *for windows* diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut di atas. Pengujian nilai parameter yang dihasilkan akan dilakukan dengan uji t dan uji F, juga dilakukan uji *Adjusted R Square (R²)* untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, persepsi kualitas produk dan harga secara berpengaruh terhadap minat membeli ulang dengan nilai *Adjusted R Square (R²)* sebesar 72,2%, sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat membeli ulang produk sepeda motor bebek merek Yamaha di kecamatan Gamping Yogyakarta. Demikian pula dengan persepsi harga secara bersama-sama (simultan), persepsi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat membeli ulang produk sepeda motor bebek merek Yamaha di kecamatan Gamping Yogyakarta.

Kata kunci: Persepsi Kualitas Produk, Harga, dan Minat Membeli Ulang.

ABSTRACT

Satisfaction and consumer dissatisfaction will influence subsequent consumer behavior . If consumers are satisfied then it is likely that they will purchase the product again . Perception kualitas prouk dah greatly affect the price of buying interest again . The purpose of this study was to analyze the influence of the perceived quality of the product and the price of buying interest re- brand product Yamaha motorcycle in the District of Yogyakarta Gamping either partially or simultaneously .

Respondents are public Limestone in the adult category ever buy a Yamaha motorcycle brand with a sample size of 100 people . The method used was purposive sampling . In this study, multiple linear regression analysis using SPSS 21.0 for windows is needed to determine the effect of these variables . Tests parameter values generated will be done with the t test and F test , also test Adjusted R Square (R²) to identify how large the influence of the independent variables can affect the dependent variable . The results of this study indicate that both simultaneously or partially , the perception of product quality and prices in effect on the value of buying interest re Adjusted R Square (R²) of 72.2 % , while the remaining 27.8 % is influenced by other variables not examined .

The conclusion of this research is the perception of product quality significantly influence interest in buying the product re- brand duck yamaha motor bikes in limestone districts yogyakarta.demikian Similarly, the perception harga.secara together (simultaneously) , the perception of the product and the price significantly influence interest in buying remanufactured products yamaha motorcycle brand in the limestone districts of Yogyakarta .

Keywords : Perception of Product Quality , Price , and Re-interest Buying