

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Ayam Bakar Mas Yo'k di wilayah Tangerang Selatan

Muhammad Patih Al-bantani.¹, Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.²

1) Muhammad Patih Al-bantani Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Yusuf Iskandar, S.Si., M.M Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, kualitas produk, dan minat beli ulang pada produk Ayam Bakar Mas Yo'k. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian minat beli produk Ayam Bakar Mas Yo'k pada masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Tangerang Selatan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, dan penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 153 sampel. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sementara promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang