

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK CROCS ORIGINAL

Nama Mahasiswa : Dinda Rosalina
NIM : 1011510219
Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan variabel *product knowledge* terhadap minat beli ulang produk Crocs Original pada konsumen yang berada di kota Surabaya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya. Berdasarkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan teori Malhotra yang menyatakan bahwa 4 atau 5 dikalikan dengan jumlah item pertanyaan pada kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 117 responden yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner online. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda $Y=0,269+(0,167)X_1+(0,289)X_2+e$ artinya bahwa minat beli ulang dipengaruhi oleh kualitas produk dan *product knowledge*. Hasil uji-t yang didapatkan dari penelitian ini yaitu bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan *product knowledge* berpengaruh terhadap minat beli ulang. Pada uji-f diketahui bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga variabel kualitas produk dan *product knowledge* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat beli ulang. Selain itu dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) mempunyai hasil hitung sebesar 0,693 yang berarti 69,3% yang artinya bahwa nilai minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan *product knowledge*, dimana sisanya 30,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Product Knowledge*, Minat Beli Ulang.

***THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCTS AND KNOWLEDGE
PRODUCTS ON RE-INTEREST IN ORIGINAL CROCS PRODUCTS***

Name : Dinda Rosalina
NIM : 1011510219
Supervisor : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and product knowledge variables on the repurchase intention of Crocs Original products to consumers in the city of Surabaya. The population used in this study is the Surabaya city community. Based on the sampling technique in this study is to use a purposive sampling technique using the Malhotra theory which states that 4 or 5 is multiplied by the number of question items on the questionnaire. Samples in this study were 117 respondents obtained by distributing questionnaires online. The analysis technique used in this study is to use multiple linear regression analysis $Y = 0.269 + (0.167) X_1 + (0.289) X_2 + e$ means that repurchase interest is influenced by product quality and product knowledge. T-test results obtained from this study are that partially product quality and product knowledge variables affect the interest in repurchase. In the f-test it is known that the significance value < 0.05 so that the variable quality of the product and product knowledge together affect the variable repurchase interest. In addition, it can be seen that the coefficient of determination (R Square) has a calculated result of 0.693, which means 69.3%, which means that the value of repurchase interest can be explained by the independent variables namely product quality and product knowledge, where the remaining 30.7% is explained by variables others are not included in this study.

Keywords : *Quality Product, Product Knowledge, Repurchase Intention.*