

ABSTRAK

Perkembangan dunia fashion di Indonesia sudah berkembang pesat. Banyaknya perusahaan retail fashion baru semakin beragam dari merek dalam negeri maupun dari luar negeri. Oleh karena itu setiap perusahaan berlomba-lomba merembut pangsa pasar karena kebutuhan konsumen terhadap fashion sudah semakin beragam. Setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar mereknya terus diminati oleh konsumen dari waktu ke waktu. Zara merupakan retail fashion asal Spanyol yang diminati oleh konsumen dunia maupun di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar loyalitas konsumen pada produk Zara di Kota Bandung apakah dapat diukur dari faktor Kualitas Produk dan Harga yang mana faktor tersebut menjadi tolak ukur terbentuknya Kepuasan Konsumen untuk membeli ulang sebuah produk sehingga terciptalah Loyalitas Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Brand Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang produk ZARA di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk ZARA di Kota Bandung dengan pengambilan sampel melalui teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling, yaitu pengambilan sample dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga di harapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang (Y), lalu variabel Kualitas produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y), lalu variabel Harga (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang (Y). Lalu secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Ulang (Y) ZARA di Kota Bandung.

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

ABSTRACT

The development of the fashion world in Indonesia has grown rapidly. The number of new fashion retail companies is increasingly diverse from domestic and foreign brands. Therefore, every company is competing to seize market share because consumer needs for fashion are increasingly diverse. Every company must have the right strategy so that its brand continues to be in demand by consumers from time to time. Zara is a fashion retailer from Spain that is in demand by consumers worldwide and in Indonesia. This research was conducted to find out how much consumer loyalty to Zara products in the city of Bandung can be measured from the Product Quality and Price factors where these factors become a benchmark for the formation of Consumer Satisfaction to re-purchase a product so that Consumer Loyalty is created.

This research aims to find out how the Influence of Brand Product Quality and Price on Repurchase Interests of ZARA products in the city of Bandung, either partially or simultaneously. This research is descriptive in nature by using the descriptive method and the verification method with a quantitative approach involving 100 respondents who have visited and purchased ZARA products in the city of Bandung. specifically in accordance with the research objectives so that it is expected to be able to answer research problems. The results of the analysis show that the Product Quality variable (X1) has a partial effect on Repurchase Intention (Y), then the Product Quality variable (X2) has a partial effect on Consumer Satisfaction (Y), then the Price variable (X2) has a partial effect on Purchase Intention Repeat Y). Then simultaneously there is an influence on Product Quality (X1), Price (X2), which has a significant effect on Repurchase Interest (Y) ZARA in Bandung City.

Keywords: Product Quality, Price, Repurchase Interest.