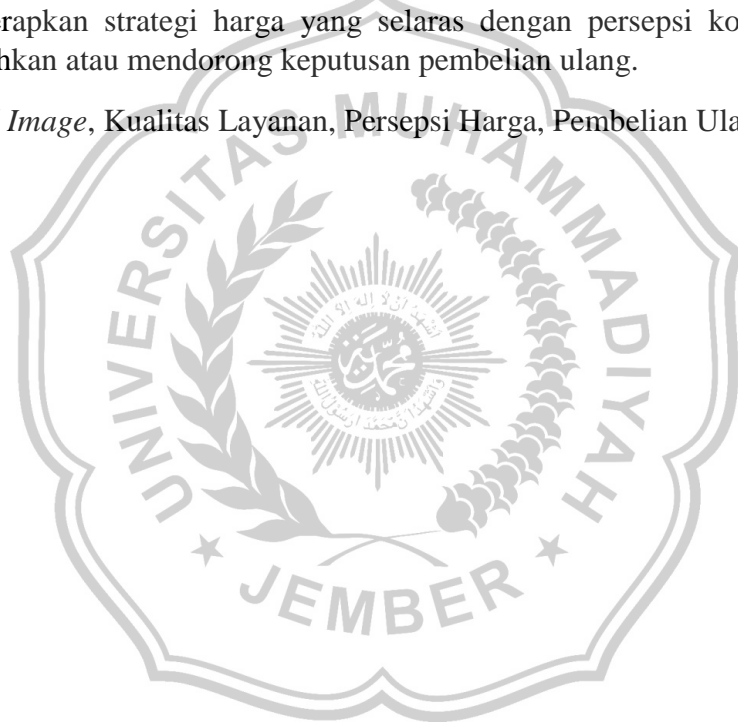


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *brand image* (citra merek), kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap pembelian ulang konsumen pada Roxy Supermarket Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk dan berkunjung ke supermarket Roxy Square Jember dan sampel dalam penelitian ini terdiri dari 85 orang. Teknik pengambilan sampel disini menggunakan *non probability* sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner yang disebarakan melalui *google form*. Uji hipotesis dari penelitian ini menggunakan uji parsial (Uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand Image*, kualitas layanan, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen. Oleh karena itu Roxy Supermarket Jember dapat memanfaatkan hasil tersebut untuk meningkatkan strategi mereknya, meningkatkan pemberian layanan, dan menerapkan strategi harga yang selaras dengan persepsi konsumen, yang pada akhirnya menumbuhkan atau mendorong keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Pembelian Ulang Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze whether brand image, service quality, and price perceptions on consumer repurchases at Roxy Supermarket Jember. This research uses associative quantitative methods. The population in this study were consumers who had bought products and visited the Roxy Square Jember supermarket and the sample in this study consisted of 85 people. The sampling technique here uses non probability sampling with a purposive sampling approach. Data collection techniques using interviews and questionnaires distributed via google form. Hypothesis testing of this study using a partial test (t test). The results of this study indicate that the variables of brand image, service quality, price perception have a significant effect on consumer repurchases. Therefore Roxy Supermarket Jember can take advantage of these results to improve its brand strategy, improve service delivery, and implement a pricing strategy that is in line with consumer perceptions, which ultimately fosters or encourages repeat purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Price Perception, Consumer Repurchase

