

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan toko Grosir Sinar Madinah jaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 40 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji t) dan analisis koefisien determinasi. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel lokasi, berpengaruh negative, kelengkapan produk dan harga berpengaruh positif terhadap pembelian ulang. Dari uji t diperoleh hasil lokasi, kelengkapan produk, dan harga, Semuanya berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang

Kata kunci: lokasi, kelengkapan produk, harga, pembelian ulang.



ABSTRACT

This research was conducted at the customers of the Sinar Madinah Wholesale jaya. This study aims to determine the effect of location factors, the completeness of the product and the price of consumer repeat purchases at Sinar Madinah Jaya Wholesale Stores in Klakah District, Lumajang Regency. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 40 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), hypothesis testing (t test) and coefficient of determination analysis. From the analysis using regression, it can be seen that the location variable (-0.134), has a negative effect, product completeness (0.429) and price (0.374) has a positive effect on repurchase. From the t test, the location results (0.047), product completeness (0.05), and price (0.000) are obtained, all of which have a significant effect on repurchase

Keywords: *location, product completeness, price, repurchase decisions*

