

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap niat beli ulang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Alat analisis yang digunakan regresi berganda, adapun untuk menguji hipotesis menggunakan uji t. Pengumpulan data melalui kuisioner dengan pengukuran menggunakan skala likert 5 (lima) alternatif jawaban.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Tritisan Coffe and Tea Weleri Kendal. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden yang melakukan pembelian produk makanan dan minuman lebih dari dua kali. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang (3) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Niat Beli Ulang.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of product quality, perceived price, and service quality on repurchase intention. The data used are primary data obtained from questionnaires. The analysis tool used multiple regression, while to test the hypothesis using the t test. Collecting data through questionnaires with measurements using a Likert scale of 5 (five) alternative answers.*

*The population used in this study were all consumers who visited and made purchases at Tritisan Coffee and Tea Weleri Kendal. The number of samples used was 100 respondents who purchased food and beverage products more than twice. The sampling technique used accidental sampling and purposive sampling methods.*

*The results showed that (1) Product quality has a positive and significant effect on repurchase intention (2) Price perceptions have a positive and significant effect on repurchase intention (3) Service quality has a positive and significant effect on repurchase intention.*

*Keywords:* *Product Quality, Price Perception, Service Quality, and Repurchase Intention.*