

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang CV. Mebel Mitras Jepara.

Metode yang digunakan dalam analisis adalah Strutral Equation Modeling (SEM). Dalam penelitian ini ada dua macam teknik analisis, yaitu Confirmatory Factor Analysis dan Regression Weight. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 100 responden.

Berdasarkan simpulan hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, promosi, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi.