

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin tingginya kesadaran masyarakat akan kekayaan daerah. Batik Lasem merupakan salah satu aset Kabupaten Rembang yang telah dikenal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh citra asal produk (X1), persepsi harga (X2), kemenarikan produk (X3) terhadap *customer value* (Y1) dan implikasinya terhadap minat beli ulang (Y2) Batik Lasem Sumber Langgeng.

Penelitian ini menggunakan 5 variabel, 16 Indikator dan 4 hipotesis dengan pengujian menggunakan 385 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dari program AMOS 20.0. Jenis datanya adalah primer dan menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan tertutup.

Hasil dari penelitian ini membuktikan 4 hipotesis yang diajukan diterima dan signifikan. 4 hipotesis tersebut mencakup citra asal produk, persepsi harga dan kemenarikan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer value*, serta variabel *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu sobel tes dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer value* terbukti sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Minat Beli Ulang, SEM