

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya komunitas hobi baru yang mulai bermunculan di Semarang serta belum adanya toko penyedia alat pendukung atau pemerhati yang secara detail dan terfokus terhadap perkembangan komunitas hobi. Hal ini membuat Toko Buck Store mempunyai inisiatif untuk memenuhi kebutuhan salah satu komunitas yaitu komunitas *skateboard* di kota Semarang.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Buck Store yang ada di Tembalang Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merek (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap minat beli ulang (Y) pada konsumen toko Buck Store Semarang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuesioner terhadap 100 responden. Analisis menggunakan SPSS 16.0 yang meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t, serta analisis koefisien determinan (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 0,246 X1 + 0,235 X2 + 0,403 X3$$

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, hal ini berarti apabila terjadi perubahan pada satu atau lebih variabel independenya maka akan terjadi perubahan juga pada variabel dependenya. Selain itu, diperoleh juga urutan dari masing-masing variabel bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling besar terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,403. Lalu variabel citra merek dengan koefisien regresi sebesar 0,246, dan harga sebagai variabel yang paling rendah pengaruhnya terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi 0,235. Oleh karena itu, Buck Store Semarang disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan citra mereknya, seiring dengan harga yang menarik dan kualitas barang yang selalu terjaga sehingga meningkatkan minat beli ulang pada konsumen.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang