

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk inti dan produk peripheral terhadap minat beli ulang di Retronomic Boy Shop. Penelitian ini dilakukan berdasarkan observasi awal di lapangan dan data informasi langsung dari pemilik Retronomic Boy Shop dan didapatkan sebuah masalah bahwa telah terjadi penurunan tingkat minat beli ulang konsumen pada Retronomic Boy Shop sepanjang bulan Agustus 2009 hingga bulan Desember 2010.

Sampel penelitian yang digunakan berjumlah 100 responden dari total populasi berjumlah 140 responden yang tidak melakukan pembelian ulang di Retronomic Boy Shop. Dari 140 kuesioner yang disebar, 37 responden tidak memberikan *feed back* dalam jangka waktu yang telah ditentukan, dan 3 responden tidak menjawab pertanyaan dalam kuesioner dengan jelas. Kuesioner berisi pertanyaan terbuka dan tertutup.

Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.432 X_1 + 0.357 X_2$$

Y adalah variabel minat beli ulang, X_1 adalah variabel produk inti, dan X_2 adalah variabel produk peripheral.

Kata kunci : Minat beli ulang, produk inti, dan produk peripheral