

ABSTRAK

Perkembangan jaman yang semakin pesat sekarang ini diikuti oleh semakin berkembangnya pembangunan, bukan hanya di kota-kota besar, pembangunan saat ini juga sudah melebar hingga ke daerah-daerah, Dalam pembangunan ada beberapa tahap yang harus dilalui, salah satunya adalah tahap *finishing*, dan pada era modern saat ini hampir semua pembangunan menggunakan keramik sebagai *finishing* untuk lantai dan dinding, Salah satu pemain lokal sekaligus produsen lama dalam bidang ini adalah PT Platinum Ceramic Industry (PT PCI) yang berpusat di kota Surabaya, Perusahaan yang telah berdiri sejak 41 tahun memproduksi 2 merek dagang yaitu Asia Tile dan Platinum.

Studi dalam penelitian ini mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan efek komunitas terhadap sikap atas merek serta pengaruhnya pada minat beli ulang dari produk keramik merek Platinum di kota Semarang. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh : (1) kualitas produk dan (2) efek komunitas terhadap sikap atas merek pelanggan terhadap keramik merek Platinum di kota Semarang dan (3) Seberapa besar pengaruh sikap atas merek terhadap minat beli ulang para pelanggan keramik merek Platinum di kota Semarang.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk dan efek komunitas dari keramik merek Platinum mempengaruhi sikap pelanggan terhadap merek Platinum dan juga mempengaruhi minat beli ulang pelanggan terhadap keramik merek Platinum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek komunitas paling berpengaruh pada sikap atas merek yang juga pada akhirnya mempengaruhi minat beli ulang para pelanggan. Berdasarkan pengaruh yang dimiliki oleh variabel-variabel tersebut terhadap minat beli ulang, maka sebaiknya PT. Platinum Ceramic Industry dapat meningkatkan kualitas produk dan efek komunitas untuk dapat meningkatkan minat beli ulang pelanggan yang lebih besar.

Kata Kunci :