

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product, price, promotion, place for re-purchase paint Wall PT Nippon Paint Indonesia. This analysis is on 113 respondents. This research is done by Acidental Sampling method. The result of research show decision of purchasing product, price, promotion, place taken by using purposive sampling and method of data use questionnaire. Data analysis used is descriptive analysis and path analysis (pathanalysis). Path analysis results (analysis path) show, significant product variables to repeat purchase, significant price variables to repeat purchase, significant distribution channel variables to repeat purchase, promotion variable significant to repeat purchase.

Key words: Marketing Mix, Repurchase



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat terhadap pembelian ulang cat Tembok PT Nippon Paint Indonesia. Analisis ini didasarkan pada 133 responden. Penelitian ini diambil dengan metode *Acidental sampling* dan dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian berdasarkan produk, harga, promosi, tempat diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analisis*). Hasil analisis jalur (*path analisis*) menunjukkan bahwa, Variabel Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Ulang, Variabel Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Ulang, Variabel Saluran Distribusi Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Ulang, Variabel Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Ulang.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Pembelian Ulang.

