

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan minat beli ulang di IKEA. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 180 responden, dihitung menggunakan rumus *maximum likelyhood estimation*. Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik penarikan sampel yaitu *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode *Google Form*, dengan instrument penelitian yaitu kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang di IKEA.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Keputusan Minat Beli Ulang.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, product innovation, and promotion on repurchase decision on IKEA. The sample used is 180 respondent, calculated based on maximum likelihood estimation formula. The sampling method using nonprobability sampling, with sampling type is convenience sampling. The method of data collection using google form method. The data analysis method using Partial Least Square 3.0. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on repurchase decision, Product innovation has a positive and significant effect on repurchase decision, And promotion has a positive and significant effect on repurchase decision on IKEA.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Promotion, Repurchase Decision

