

## Abstrak

Pengusaha ritel saat ini tidak hanya memfokuskan diri untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin, tetapi juga berusaha untuk membuat pelanggan memiliki loyalitas yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra toko, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang pada Toko Ika Mukti Pati. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Ika Mukti Pati, dan sampel dalam penelitian ini ada 72 pembeli. Pengolahan data yang dilakukan menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil akhir yang diperoleh dari perhitungan Regresi Linear Berganda adalah variabel citra toko sebesar 0,224 variabel kualitas produk sebesar 0,289 dan variabel harga sebesar 0,545, hal ini memiliki arti bahwa variabel Harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Keputusan Pembelian Ulang daripada variabel bebas yang lain, artinya semakin terjangkau harga suatu produk/barang maka semakin besar pula Loyalitas Pembeli. Koefisien regresi linear berganda yang dimiliki variabel Harga menjelaskan apabila variabel Harga mengalami kenaikan, maka akan diikuti oleh meningkatnya keputusan pembelian ulang sebesar 0,545 atau 54,5%.

**Kata kunci:** Regresi Linear Berganda, Harga, Loyalitas Pembeli, Keputusan Pembelian Ulang.

## ABSTRACT

Retail entrepreneurs are focused on getting a lot of customers and trying to make customers have high loyalty to make repeat purchases. This study aims to determine the effect of store image as well as quality and price of product on repurchase decisions at Ika Mukti Pati Stores. Respondents in this study were Ika Mukti Pati shop customers with a sample of 72 buyers. Data analysis used Multiple Linear Regression. The results of the Multiple Linear Regression show that the store image variable is 0.224, the product quality variable is 0.289, and the price variable is 0.545. It means that the price variable has the most significant influence on repurchase decisions than the other independent variables. Therefore, the more affordable the price of a product results in greater buyer loyalty. The multiple linear regression coefficients of the price variable explain that if the price variable increases, it is followed by an increase in repurchase decisions of 0.545 or 54.5%.

**Keywords:** Multiple Linear Regression, Price, Buyer Loyalty, Repurchase Decision.

