

***The Influence of Product Quality, Service Quality, and Promotion on
Repurchase Intention in Pempek Reggi MSMEs East Jakarta***

Reggi Anugrah

ABSTRACT

This study is titled "The Influence of Product Quality, Service Quality, and Promotion on Repurchase Intention in Pempek Reggi MSMEs, East Jakarta." The purpose of this research is to identify, analyze, and empirically test the significant influence of product quality, service quality, and promotion on repurchase intention in Pempek Reggi MSMEs, partially. The research utilized data collected from a population located in East Jakarta, with a sample of 100 respondents selected through offline questionnaire distribution using the Google Forms platform. The sampling technique employed in this study was non-probability sampling with a purposive sampling approach. Data processing was conducted using quantitative descriptive analysis, further analyzed using SmartPLS 4.0 software. The results of the analysis indicate that the variables of product quality, service quality, and promotion have a significant influence on repurchase intention in Pempek Reggi.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Promotion, Repurchase Intention

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada UMKM Pempek Reggi Jakarta Timur

Reggi Anugrah

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada UMKM Pempek Reggi Jakarta Timur”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menguji secara empiris pengaruh signifikan kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat pembelian ulang pada UMKM Pempek Reggi secara parsial. Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari populasi yang berada di wilayah Jakarta Timur, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui penyebaran kuesioner secara *offline* menggunakan platform *Google Form*. Teknik pengumpulan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang selanjutnya dianalisis menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang pada Pempek Reggi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi dan Minat Pembelian Ulang