

## ABSTRACT

*The research entitled The Influences of Product Quality and Sales Promotion on Repurchase Intension Indosat Prepaid Card (Study on College Student of Economic and Business Faculty of Pasundan University Bandung). The purpose of this research is to find out and analyze the influence of product quality on repurchase intension, the influence of sales promotion on repurchase intension, and the influences of quality product and sales promotion on repurchase intension. Data collection techniques used are Field Research and Library Research. Utilizing Simple Random Sampling technique, the sample in this research consists of 95 respondent taken from the population of 1819 students who are active in the Faculty of Economics and Business of Pasundan University Bandung, using Slovin's formula. The scale used is Semantic Differential Scale with questionnaire as data collection and measurement tool. The method used is multiple linier regression analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination analysis either simultaneously or partially, and hypothesis testing with the f-test and t-test.*

*The results shows that: (1) product quality positive influences on repurchase intension showed by coefficient value 0,551 with significance 0,000 and  $t_{counted} > t_{table}$  ( $10,467 > 1,661$ ); (2) sales promotion positive influences employees on repurchase intension showed by coefficient value 0,123 with significance 0,177 and  $t_{counted} > t_{table}$  ( $1,862 > 1,661$ ); (3) product quality and sales promotion influences either simultaneously with significance 0,000 and  $F_{counted} > F_{table}$  ( $82,564 > 3,10$ ); (4) The magnitude of the influences of product quality and sales promotion on repurchase intension either simultaneously is 64,2% and the magnitude of the influences either partial of product quality is 59,69% and sales promotion is 4,51%.*

*Keywords : Product Quality, Sales Promotion and Repurchase Intension.*

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang kartu prabayar Indosat (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang, pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ulang, dan pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Studi Lapangan dan Studi Kepustakaan. Dalam penentuan sampel digunakan teknik *Simple Random Sampling*, sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden diperoleh dari populasi sebanyak 1819 mahasiswa yang aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, dengan menggunakan rumus Slovin. Skala yang digunakan adalah Skala *Semantic Differential* dengan instrumen penelitian berupa angket/ kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi liner berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi simultan dan parsial, serta uji hipotesis yaitu uji f dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,551 pada signifikansi 0,000 dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,467 > 1,661$  ); (2) promosi penjualan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,123 pada signifikansi 0,177 dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,862 > 1,661$  ); (3) kualitas produk dan promosi penjualan memiliki pengaruh secara simultan pada signifikansi 0,437 dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $82,564 > 3,10$ ); (4). Besarnya pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang secara simultan adalah 64,2% dan besarnya pengaruh secara parsial kualitas produk adalah 59,69% dan promosi penjualan adalah 4,51%.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Minat Beli Ulang