

## ABSTRAK

**Hamsiyanoor Farida** 2019, *Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Giant Ekspres Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, M. A., (II) Dra. Hj. Noorwahidah Haisyi, M. Ag

**Kata Kunci:** Harga, Kelengkapan Produk, Minat Beli Ulang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perusahaan yang bergerak dibidang ritel yang mana pertumbuhan bisnis ritel di indonesia saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dan memiliki prospek yang baik karena potensi pasarnya yang sangat besar. Kondisi semacam ini dapat menimbulkan dampak yang begitu besar dalam mempengaruhi gaya hidup masyarakat dan konsumen menjadi semakin kritis dalam memilih tempat perbelanjaan. Faktor yang membuat konsumen melakukan minat beli ulang adalah harga dan kelengkapan produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial variabel harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin, dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan variabel harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin.

Jenis penelitian ini menggunakan metode *field research* dan penelitian ini bersifat penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja Giant Ekspres Banjarmasin. Dalam penelitian ini tidak semua populasi bisa dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* yaitu dengan pertimbangan tertentu atau dengan kriteria tertentu. Sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel.

Berdasarkan analisis data maka dapat diberikan kesimpulan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin dengan hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6,528 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi  $< \alpha$  yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dan variabel kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin dengan hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,491 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi  $< \alpha$  yaitu ( $0,001 < 0,05$ ). Sedangkan secara simultan variabel harga dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin dengan hasil uji F, dimana nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $57,564 > 3,09$  dan nilai signifikansi  $< \alpha$  yaitu ( $0,000 < 0,05$ ).