**LAPORAN HASIL PENELITIAN**

**Diajukan Kepada**

**Lembaga Penelitian**

**Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang**



**JUDUL :**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN**

**(Studi Pada Toko Bariq Mart Purwodadi)**

**Tim Peneliti :**

Nadia Dwi Irmadiani, S.AB, M.Si NIDN : 0609078802 Ketua

Dwi Puji Lestari NPM : 191003632110314 Anggota

Nur Afifah Eka Ismiyani NPM : 191003632110315 Anggota

Mugi Adi Kurniawan NPM : 191003632110319 Anggota

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2022**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berniat untuk melihat pengaruh yang di hasilkan oleh kelengkapan produk serta persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Bariq Mart Purwodadi, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Bariq Mart Purwodadi yang diambil secara Random Sampling dengan teknik ***Accidental Sampling*** yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dan cocok untuk dijadikan sampel dan dengan karakteristik atau ciri-ciri tertentu ( Masyarakat yang datang ke Toko Bariq Mart Purwodadi dan sudah selesai melakukan transaksi belanja ) yang dipilih dengan menggunakan rumus Rao Purba, pengumpulan data dengan pembagian quesioner yang selanjutnya diolah dengan editing, coding dan tabulating*,* berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti diperoleh pengaruh yang signifikan antara kelengkapan produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen sebesar 54,5 % hal ini dapat dikatakan bahwa kelengkapan produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Toko Bariq Mart Purwodadi.

Kata Kunci : **Kelengkapan Produk, Persepsi harga, Minat Beli Ulang Konsumen**