

ABSTRAK

Produk Rumah Dannis adalah salah satu merk atau produk busana muslim memang sangat dikenal di masyarakat, khususnya di kota Pahlawan Surabaya. Berdiri pada tahun 1996, Produk Rumah Dannis lebih menuangkan konsep produknya. Pada awal tahun 2003, Produk Rumah Dannis mencoba menggarap segmen untuk kalangan remaja dan orang tua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai yang Dirasakan, Inovasi, Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dan pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang produk “Rumah Dannis Jl.Pakis” di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 merupakan *software* yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 137 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 17-60 tahun, pernah menggunakan produk Rumah Dannis minimal 6 bulan terakhir dan berdomisili di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan produk dengan koefisien regresi sebesar 0.233, kualitas layanan dengan koefisien regresi sebesar 0.181, nilai yang dirasakan 0.138, inovasi dengan koefisien 0.280, promosi dengan koefisien sebesar 0.342 dan kepuasan pelanggan dengan koefisien 0.434 yang mempengaruhi minat beli ulang secara positif dan signifikan.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, nilai yang dirasakan, inovasi, promosi, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.

ABSTRACT

Products Rumah Dannis is one of the brands or products Moslem is very well known in the community, especially in the city of Surabaya Heroes. Established in 1996, Home Products Dannis pouring over product concept. In early 2003, trying Dannis Home Products operating segment for teens and parents.

This study aims to determine the effect of Product Quality, Service Quality, Perceived Value, Innovation, and Customer Satisfaction Promotion to influence customer satisfaction with the product Interests Buy Birthday "Home Dannis Jl.Pakis" in Surabaya.

This study is causal the method used quantitative methods of processing the data using SPSS 16.0 software was used to process and analyze the data in this study. Data was collected by distributing questionnaires to 137 respondents with the characteristics of male and female respondents aged 17-60 years, never use products Rumah Dannis last at least 6 months and live in Surabaya.

The results showed that satisfaction with the product of the regression coefficient of 0.233, the quality of service with a regression coefficient of 0.181, the perceived value of 0.138, with a coefficient of 0.280 innovation, promotion with a coefficient of 0.342 and a coefficient of customer satisfaction with buying interest re 0.434yang affect positively and significantly .

Keywords: product quality, service quality, perceived value, innovation, promotion, customer satisfaction, re buying interest.