**ABSTRAK**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA**

**TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN**

**STUDI KASUS SUZUYA SUPERSTORE**

**KAMPUNG BARU MEDAN**

**ATTIIN GINA MARWAHNI**

**153114076**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Studi Kasus Suzuya Kampung Baru Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen tepatnya pada Suzuya Kampung Baru Medan dengan populasi dan sampel yang berjumlah 98 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for windows. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi linier berganda, dengan rumus Y=α+b1 X1+ b2 X2+ Ɛ. Dan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen dengan menggunakan Uji Determinasi (R2). Hasil Uji Regresi Linier Berganda diperoleh persamaan Y = 16,852 + 0,293 X1 + 0,336 X2 + e, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga mepunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Pembelian Ulang dengan nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,333 atau (33,3%) yang berarti bahwa variabel Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga Bepengaruh Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. Mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis dalam penelitian ini, digunakan Uji T (Uji Parsial) yang diperoleh dari Kelengkapan Produk (X1) memiliki nilai thitung (3,002 >1,660) dan Persepsi Harga (X2) memiliki nilai thitung (3,074 > 1,660) dan dari Hasil Pengujian Hipotesis Uji F (Simultan) pada variabel Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga Fhitung 23,693 > Ftabel 3,09. Dengan demikian Ha diterima karena thitung > ttabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan variabel Kelengkapan Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian Ulang (Y), Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang konsumen Suzuya Kampung Baru.

**Kata kunci: Kelengkapan produk, Persepsi Harga dan Pembelian Ulang**

***ABSTRACT***

***THE EFFECT OF PRODUCT COMPLETENESS AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMER REPURCHASE CASE STUDY***

***SUZUYA SUPERSTORE KAMPUNG BARU MEDAN***

**ATTIIN GINA MARWAHNI**

**153114076**

*This research is titled "The Effect of Product Completeness and Price Perception on Consumer Repurchase Case Study Suzuya Kampung Baru Medan. The objective of this research was to find out how the Effect of Product Completeness and Price Perception on Consumer Repurchase on Suzuya Kampung Baru Medan with a population and samples consisted of 98 respondents. The technique of collecting data used was using SPSS version 22.0 for windows. The data analysis technique used was multiple linear regression, with the formula Y=α+b1 X1+ b2 X2+ Ɛ. And to find out how much the Effect of Product Completeness and Price Perception on Consumer Repurchase, Determination Test (R2) was used. Multiple Linear Regression Test Results obtained by Y equation = 16,852 + 0.293 X1 + 0.336 X2 + e, Product Completeness and Price Perception have a significant influence on Repurchase variables with a Coefficient of Determination value of 0.333 or (33.3%) which means that variable Product Completeness and Price Perception Affect Consumer Repurchase. Knowing whether or not the hypothesis was accepted in this research, the T Test (Partial Test) obtained from Product Completeness (X1) has a tobserved value (3,002 >1,660) and Price Perception (X2) has a tobserved value (3,002 >1,660) and Price Perception (X2) has a tobserved value (1000 3,074 > 1,660) and from the Test Hypothesis Test Result F (Simultaneous) on variable Product Completeness and Price Perception Fobserved 23,693 > Ftable 3.09. Thus, Ha was accepted because tobserved > ttable. Therefore, it can be concluded that the variables of Product Completeness (X1) and Price Perception (X2) simultaneously have a significant effect on Repurchase (Y), Based on that, it can be explained, Product Completeness and Price Perception together have a significant effect on the consumers of Suzuya Kampung Baru Repurchase.*

***Keywords: Product Completeness, Price Perception and Repurchase***