

PENERAPAN *REPEAT PURCHASE* PADA PRODUK PERCETAKAN PT HANTING INDONESIA ABADI YOGYAKARTA

Yoga Adam Yuliana

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT Hanting Indonesia Abadi Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi konsumen mengenai penerapan *repeat purchase* pada produk percetakan yang dibuat perusahaan PT Hanting Indonesia Abadi Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 72 responden. Teknik perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan rata-rata hitung (*Arithmetic Mean*). Dari hasil uji validitas R Hitung > R Tabel, sehingga seluruh instrumen yang ada pada penelitian ini valid. Untuk hasil uji reliabilitas nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,639 lebih besar dari ketentuan *reliability* sebesar 0,60 sehingga seluruh instrumen yang ada pada penelitian ini dapat dikatakan *reliabel*. Kesimpulan dari penelitian ini mengatakan bahwa analisis yang dilakukan pada *repeat purchase* PT Hanting Indonesia Abadi Yogyakarta secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,39 termasuk kategori sangat setuju, pada setiap item pernyataan. Pada indikator *Transaction Reliability* sebesar 4,30 termasuk kategori sangat setuju. Pada indikator *Information Safety* sebesar 4,35 termasuk kategori sangat setuju. Pada indikator *Reputation Guarantee* sebesar 4,49 termasuk kategori sangat setuju. Pada indikator *Price Advantage* sebesar 4,43 termasuk kategori sangat setuju.

Kata Kunci: *Repeat Purchase, Transaction Reliability, Information Safety, Reputation Guarantee, Price Advantage.*

5/4 '23


**IMPLEMENTATION OF REPEAT PURCHASE ON PRINTING PRODUCTS
PT HANTING INDONESIA ABADI YOGYAKARTA**

Yoga Adam Yuliana

Abstract

This research was conducted at PT Hanting Indonesia Abadi Yogyakarta. This study aims to determine and analyze consumer perceptions regarding the application of repeat purchases to printing products made by PT Hanting Indonesia Abadi, Yogyakarta. The method used in sampling is purposive sampling with a total sample of 72 respondents. The data acquisition technique used in this research is the questionnaire method. Data analysis used is the validity test, reliability test, descriptive analysis and arithmetic mean (Arithmetic Mean). From the results of the validity test $R_{\text{Count}} > R_{\text{Table}}$, so that all instruments in this study are valid. For the results of the reliability test, the Cronbach's alpha value of 0.639 is greater than the reliability requirement of 0.60 so that all the instruments in this study can be said to be reliable. The conclusion of this study says that the analysis conducted on the repeat purchases of PT Hanting Indonesia Abadi Yogyakarta as a whole has an average value of 4.39 which is in the very agree category, for each statement item. The Transaction Reliability indicator is 4.30 which is in the very agree category. The Information Safety indicator is 4.35 which is in the very agree category. The Reputation Guarantee indicator is 4.49 which is in the very agree category. The Price Advantage indicator is 4.43 which is in the very agree category.

Keywords: *Repeat Purchase, Transaction Reliability, Information Safety, Reputation Guarantee, Price Advantage.*