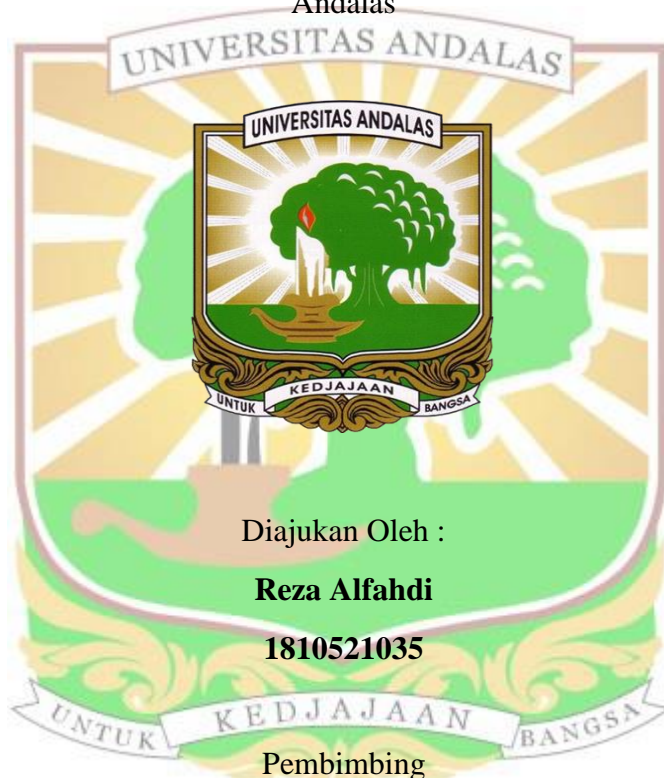


**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, *HEALTH CONSCIOUSNESS*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MCDONALD'S AHMAD YANI KOTA PADANG**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Andalas



Diajukan Oleh :

Reza Alfahdi

1810521035

Pembimbing

Yanti, SE, MM


PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022

	No. Alumni Universitas	Reza Alfahdi	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Payakumbuh/05 Januari 2000 b) Nama Orang Tua : Mansurdin dan Dirawati c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) NIM : 1810521035 f) Tanggal Lulus : 14 Desember 2022 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,60 i) Lama Studi : 4 Tahun 4 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Cemara No.02, Kelurahan Sicincin, Kecamatan Payakumbuh Timur, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat.		

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, *HEALTH CONSCIOUSNESS*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MCDONALD'S AHMAD YANI KOTA PADANG (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG)


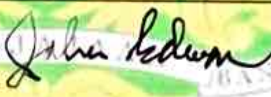

Skripsi oleh *Reza Alfahdi*
Pembimbing : *Yanti, SE, MM*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *price*, *health consciousness*, dan *service quality* terhadap *repurchase intention* pada konsumen McDonald's Ahmad Yani Kota Padang. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline* kepada 270 responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan *Microsoft Excel* dan *software SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *brand image*, *price* dan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* McDonald's Ahmad Yani Kota Padang. Sedangkan variabel *health consciousness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* McDonald's Ahmad Yani Kota Padang.

Kata Kunci : *Repurchase Intention*, *Brand Image*, *Price*, *Health Consciousness*, *Service Quality*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 14 Desember 2022
Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Yanti, SE, MM	John Edward, SE, MM	Suziana, SE, MM, PhD

Mengetahui,
Sekretaris Departemen Manajemen

Syafrizal, SE, ME, Ph.D
NIP. 197205101997021002



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama: Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama: Tanda Tangan: