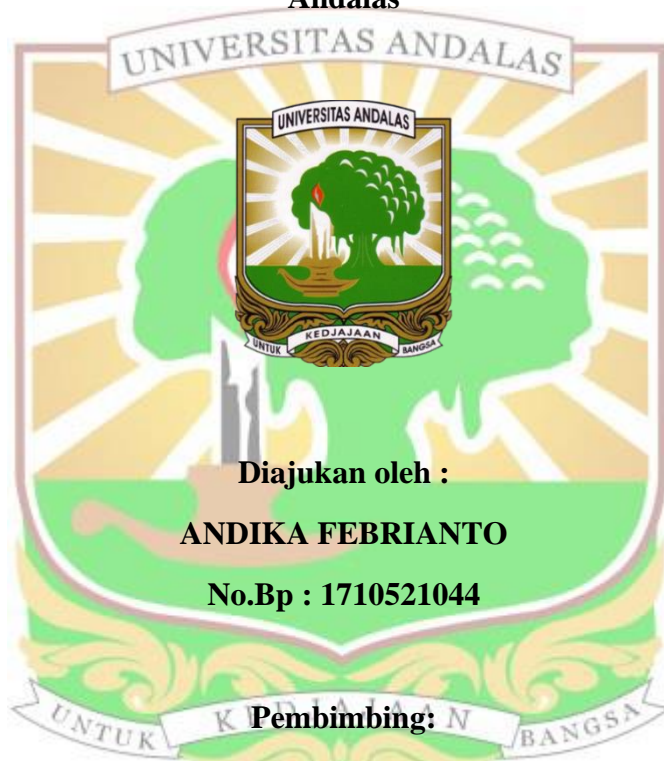


**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PRICE SENSITIVITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK KERAJINAN TENUN
KUBANG H. RIDWAN BY DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas**

Andalas



Diajukan oleh :

ANDIKA FEBRIANTO

No.Bp : 1710521044

Pembimbing:

Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE., MM

NIP : 197103311999032001


PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

MARET 2021

	No. Alumni Universitas	ANDIKA FEBRIANTO	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Koto Tengah/3 Februari 1999, b) Nama Orang Tua: Efria Satria dan Anida c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1710521044, f) Tanggal Lulus: 19 Maret 2021, g) Predikat Lulus: Dengan Pujian, h) IPK: 3,67 i) Lama Studi: 3 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Jorong Koto Tuo, Nagari Koto Tuo, Kec. Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat		

**PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN PRICE SENSITIVITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION
PRODUK KERAJINAN TENUN KUBANG H. RIDWAN BY
DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**




*Skripsi oleh: Andika Febrianto
Pembimbing: Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived value* dan *price sensitivity* terhadap *repurchase intention* produk kerajinan tenun kubang H. Ridwan By di kabupaten lima puluh kota. Penelitian ini menerapkan desain *cross-section* dan data kuantitatif dikumpulkan dari 130 responden yang pernah membeli produk tenun kubang H. Ridwan By. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini dilakukan pengujian data dengan melakukan analisis distribusi, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price sensitivity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value*, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, dan *price sensitivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : Perceived Value, Price Sensitivity, Repurchase Intention

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal **19 Maret 2021**
Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Chairunhisya, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP. 197106242006041007



Tanda Tangan

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

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