

ABSTRAK

Nor Rofi' Hidayatie: 1520310090. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul "**Pengaruh *Odd Pricing* dan *Multiple-Unit Pricing* Terhadap *Re-Purchase* Konsumen di Alfamart Undaan Kidul**". Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Strata 1 (S1) Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Manajemen Bisnis Syari'ah (MBS) di IAIN Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *odd pricing* dan *multiple-unit pricing* terhadap *re-purchase* konsumen di Alfamart Undaan Kudus. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Analisis ini menggunakan sampel sejumlah 100 konsumen dari Alfamart yang dipilih melalui metode *accidental sampling* dan data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji prasyarat, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisiensi determinasi (R^2). Hasil penelitian dengan menggunakan spss menunjukkan bahwa strategi harga *odd pricing* dan *multiple-unit pricing* yang diterapkan pada Alfamart Undaan Kudus adalah sebagai berikut: Pertama, *Odd pricing* tidak berpengaruh terhadap *re-purchase* konsumen di Alfamart Undaan Kudus. Hal ini dikarenakan tidak semua konsumen mempunyai pemikiran bahwa harga ganjil akan memberikan keuntungan bagi pihak konsumen dan harga ganjil tidak jauh beda dengan harga biasa. Kedua, *Multiple-unit pricing* berpengaruh terhadap *re-purchase* konsumen di Alfamart Undaan Kudus. Hal ini dikarenakan konsumen mempunyai kepercayaan positif terhadap potongan harga kuantitatif, sehingga perilaku konsumen terhadap potongan harga kuantitatif juga positif.

Kata Kunci: *Re-Purchase, Odd Pricing, Multiple-Unit Pricing*