

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, risiko, dan keputusan pembelian kembali reksa dana Mandiri Investasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Mandiri Investasi yang berdomisili dan melakukan pembelian di Pulau Jawa dan menggunakan data sekunder dengan analisis penelitian terdahulu. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 385 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistik 25. Berdasarkan hasil analisis dan uji data, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, risiko, dan kepuasan investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kembali reksa dana Mandiri Investasi.

Kata kunci: Persepsi Harga, Risiko, Kepuasan Investor, Keputusan Pembelian Kembali, Reksa Dana, PT Mandiri Manajemen Investasi, Strategi Pemasaran, Industri Investasi Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price perception, risk, and investor satisfaction on the repurchase decision of Mandiri Investasi mutual funds. The research employed both primary and secondary data collection techniques. Primary data was gathered through questionnaires distributed to Mandiri Investasi customers residing in and purchasing from Java Island, while secondary data was obtained through the analysis of previous studies. The sample size consisted of 385 respondents, selected using purposive sampling techniques. The data analysis method used in this study was multiple linear regression analysis, conducted with IBM SPSS Statistics 25 software. Based on the results of data analysis and testing, the findings indicate that price perception, risk, and investor satisfaction have a positive and significant influence on the repurchase decision of Mandiri Investasi mutual funds.

Keywords: Price Perception, Risk, Investor Satisfaction, Repurchase Decision, Mutual Funds, PT Mandiri Manajemen Investasi, Marketing Strategy, Indonesian Investment Industry.