ABSTRAKSI

Dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut dapat mempertahankan pelanggan mereka. Oleh karena itu perlu diteliti pengaruh beberapa variabel yang dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen sebagai cara mempertahankan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel pelanggan SELERA Snack dan Bakery.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sample pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 115 sampel. Metode pengumpulan data diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada para responden. Hasil dari data survey selanjutnya diolah dengan analisis regresi yang dijalankan dengan bantuan program SPSS 15. Instrumen pengukuran yang digunakan untuk keempat variabel yaitu citra merek, harga, kualitas layanan dan minat beli ulang telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Data penelitian yang digunakan juga telah terbebas dari multikolinearitas dan heterokesdatsitas.

Hasil analisa data menunjukkan bahwa model penelitian mempunyai kesesuaian/fit (R^2) sebesar 58,3% dan dua hipotesis penelitian dapat dibuktikan. Kesimpulan yang diambil adalah citra merek dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.

Implikasi manajerial yang dapat diberikan adalah saran bagi manajemen SELERA Snack dan Bakery untuk memberi perhatian yang lebih pada citra merek, karena hal ini merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Keterbatasan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini merupakan studi kasus sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisir. Penelitian mendatang perlu mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel independen lain.

Kata kunci: citra merek, harga, kualitas layanan, minat beli ulang