

## ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini semakin pesat perkembangan teknologi dan pertumbuhan kegiatan bisnis yang semakin maju dan cepat yang mendorong sebuah perusahaan atau para pebisnis yang banyak bermunculan untuk melakukan sebuah persaingan pada sektor pemasaran baik dari aktivitas penjualan barang dan jasa. Semakin Banyaknya pelaku bisnis coffee shop akan berdampak pada semakin meningkatkan kuantitas produk coffee dan meningkatnya persaingan antara bisnis coffee shop.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Semarang yang pernah membeli di Dol Kopi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 101 responden. Dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan harga berpengaruh terhadap citra merek secara positif dan signifikan, dan hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Variabel yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian ulang adalah Promosi.

Kata kunci : kualitas pelayanan, promosi, harga, citra merek, minat pembelian ulang.