

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya pada Keputusan Pembelian Ulang pada Burjoni KH Sirojudin Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode Non Probability Sampling dengan cara Purposive Sampling. Sementara sampel yang digunakan berjumlah 97 orang pelanggan Burjoni KH Sirojudin. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Multiple Regression Analysis dengan software SPSS untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan Persepsi Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian Ulang