

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta terhadap minat beli ulang di Toko Bangunan Cangkiran Semarang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel adalah random sampling dengan jenis sensus. Pengukuran level yang digunakan adalah level interval. Adapun penelitian tersebut menggunakan data kuantitatif yang direpresentasikan dengan bilangan, atau bilangan yang diolah menggunakan teknik perhitungan matematis atau skala pengukuran statistik. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang telah berbelanja lebih dari 3 kali di TB Cangkiran Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian tersebut adalah metode purposive sampling.

Pada penelitian ini diolah menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan Software AMOS 22. Untuk variabel hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah pertama pengaruh persepsi promosi harga terhadap kualitas produk, kedua pengaruh persepsi promosi harga terhadap kualitas pelayanan, ketiga pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, keempat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan kelima pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima hipotesis tersebut menunjukkan hasil yang positif dan dapat diterima. Adapun implikasi teoriti memperlihatkan tampilan fisik (kondisi *layout* toko bangunan) dan *assurance* (rasa nyaman dan kepercayaan) merupakan media yang tepat untuk meningkatkan persepsi kualitas layanan. Implikasi manajerial dengan menawarkan suatu potongan harga, diharapkan dapat meningkatkan minat pembelian ulang pelanggan pada Toko Bangunan Cangkiran Semarang.

Kata Kunci : Bahan Bangunan, *Customer Satisfaction*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, *Structural Equation Modelling* (SEM)