

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *nilai, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan* terhadap *minat pembelian ulang* dengan *kepuasan konsumen* sebagai variabel intervening. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen, satu variabel dependen dan satu variabel intervening. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *nilai, promosi, dan kualitas pelayanan*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *minat pembelian ulang*. Variabel pemediasi dalam penelitian ini adalah *kepuasan konsumen*.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk Avoskin yang ada di kota Semarang. Sampel yang digunakan adalah seluruh populasi yang berjumlah 160 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *kepuasan konsumen* berpengaruh positif terhadap *minat pembelian ulang*. *Nilai* berpengaruh positif terhadap *minat pembelian*. *Promosi penjualan* berpengaruh positif terhadap *minat pembelian*. *Kualitas pelayanan* berpengaruh positif terhadap *minat pembelian ulang*. *Nilai* berpengaruh positif terhadap *kepuasan konsumen*. *Promosi penjualan* berpengaruh positif terhadap *kepuasan konsumen*. *Kualitas pelayanan* berpengaruh positif terhadap *kepuasan konsumen*.

Kata kunci : nilai, promosi penjualan, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, minat pembelian ulang