

ABSTRAK

Produk Roti Que Bread adalah perusahaan pembuatan Roti khususnya roti tawar yang berada di Kota Bogor. Pada bulan Januari 2020 sampai Desember 2020 Roti Que Bread mengalami fluktuasi atau penurunan penjualan. Penurunan pendapatan secara drastis terjadi pada bulan November dan Desember. Hasil menunjukkan bahwa kualitas Produk menjadi salah satu penyebab paling besar dari turunnya penjualan. Berdasarkan data primer dan riset gap yang diperoleh dari penelitian terdahulu, maka diduga faktor yang mempengaruhi minat beli ulang adalah kualitas produk, kepuasan pelanggan dan *word of mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Roti Que Bread. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah 100 orang dari berbagai usia dan pekerjaan yang menjadi konsumen produk Roti Que Bread yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan Google Form. Metode analisis data menggunakan *structural equation modelling*.

Kualitas produk dan kepuasan berpengaruh positif terhadap minat beli dan *word of mouth* ulang produk Roti Que Bread. *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang produk Roti Que Bread. Jalur terkuat yang dapat mempengaruhi minat beli ulang merek produk Roti Que Bread adalah jalur kualitas produk yang mempengaruhi minat beli ulang secara langsung pada produk Roti Que Bread.

Kata Kunci: kualitas produk, kepuasan pelanggan, *word of mouth*, minat beli ulang