

ABSTRAK

Persaingan dalam industri kebugaran semakin ketat setiap hari, sehingga semakin sulit untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas, nilai dan kepuasan pelanggan terhadap niat penggunaan ulang. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Bhumi Gym Jenggala Semarang berjumlah 100 pelanggan, jenis teknik penentuan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Penggunaan Ulang, Nilai tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Penggunaan Ulang, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Penggunaan Ulang, Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Nilai berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai, Peran Kualitas mampu dalam memediasi hubungan Nilai dengan Niat Penggunaan Ulang, Peran Nilai mampu dalam memediasi hubungan Kepuasan dengan Niat Penggunaan dan Peran Kepuasan mampu dalam memediasi hubungan Kualitas dengan Niat Penggunaan Ulang.

Kata kunci: Kualitas, Nilai, Kepuasan, Niat Penggunaan Ulang