

ABSTRAK

Banyaknya kompetitor bisnis mebel di lokasi yang berdekatan membuat konsumen memiliki banyak pilihan sebelum melakukan pembelian. Perusahaan harus mampu memberikan stimulus yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang dari konsumen sebelumnya. UD. Rimba Raya Ronggo-Jaken, Pati dalam rangka meningkatkan minat pembelian ulang berupaya untuk meningkatkan pelayanan dan membangun citra merek yang baik.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Pati pengguna produk UD. Rimba Raya Ronggo-Jaken, Pati. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden. Dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan begitu pula dengan citra merek yang berpengaruh terhadap kepercayaan secara positif dan signifikan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Variabel yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian ulang adalah kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan minat pembelian ulang.

