

ABSTRAK

Lahirnya Indihome adalah awal dari munculnya banyak usaha yang mirip. Rakyat mulai pintar guna membandingkan laba yang mereka peroleh melalui memakai produk satu dengan produk yang lain. Rasa tidak puas pembeli merupakan salah satu alasan mereka berpindah. Sehingga perusahaan harus bisa menerapkan strategi guna menumbuhkan ketertarikan pembeli untuk memakai indihome lagi.

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui pengaruh yang muncul melalui mutu pelayanan, kepercayaan, citra merek, serta kepuasan konsumen guna menumbuhkan minat membeli ulang terhadap indihome. Metode pengumpulan data purposive sampling merupakan metode yang dipakai pada penelitian. Penelitian diuji memakai 136 sampel yang didapatkan dari kuesioner serta diarahkan dengan khusus terhadap pelanggan yang pernah memakai indihome di daerah Semarang. Data yang didapatkan diolah memakai analisis SEM yaitu menguji 8 hipotesis dari program AMOS

Hasil pengolahan data membuktikan jika mutu pelayanan memberikan pengaruh signifikan serta positif pada minat beli ulang, kepuasan konsumen, kepercayaan, serta citra merek. Dan citra merek memberikan pengaruh tetapi tidak signifikan pada minat beli ulang. Hasil penelitian pula membuktikan jika mutu pelayanan, dari kepuasan konsumen, berpengaruh yang paling tinggi pada niat penggunaan kembali. Maka, guna menumbuhkan niat penggunaan kembali, indihome harus mengembangkan kepuasan konsumen serta mutu pelayanan.

Kata Kunci: Niat Penggunaan Kembali, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Citra

Merek, Mutu Pelayanan

