

PENGARUH *CUSTOMER SERVICE, STORE DESIGN AND DISPLAY, COMMUNICATION MIX, LOCATION, MERCHANDISE ASSORTMENT, DAN PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA TOSERBA HASAN HUSEIN DI CANDIMULYO, MAGELANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *customer service, store design and display, communication mix, location, merchandise assortment, dan price* terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein di Candimulyo, Magelang. Penelitian ini melibatkan 130 responden yang diambil menggunakan teknik *convenience sampling* dengan kuesioner. Pengukuran variabel dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan kualitatif, dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa: (1) *customer service, store design and display, communication mix, location, merchandise assortment, dan pricing* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (2) *customer service* secara parsial berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (3) *store design and display* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (4) *communication mix* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (5) *location* secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (6) *merchandise assortment* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein, (7) *pricing* secara parsial berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Toserba Hasan Husein.

Kata kunci: Ritel, *Customer Service, Store Design and Display, Communication Mix, Location, Merchandise Assortment, Price*, Keputusan Pembelian Ulang