

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan ketersediaan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen Fitrinofane Swalayan Kedaton di Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Fitrinofane Swalayan Kedaton. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Dari hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat beli ulang konsumen. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ketersediaan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen. Dan pada uji f menunjukkan hasil bahwa pada kualitas pelayanan, promosi, dan ketersediaan fasilitas secara simultan/bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Fitrinofane Swalayan Kedaton di Bandar Lampung.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Fasilitas, dan Minat Beli Ulang**

## ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, promotions and availability of facilities on consumer repurchase interest in Fitrinofane Swalayan Kedaton in Bandar Lampung. This research is quantitative research. The population in this study were consumers who had made purchases at Fitrinofane Swalayan Kedaton. The sampling technique used nonprobability sampling technique with a sample size of 100 people. The data analysis method used is quantitative using validity tests, reliability tests, multiple linear regression tests and coefficient of determination. Hypothesis testing uses the t test (partial) and f test (simultaneous). The results of the test research show that (1) there is a positive and significant influence between service quality on consumer repurchase interest. (2) there is a positive and significant influence between promotions on consumer repurchase interest. (3) there is a positive and significant influence between the availability of facilities on consumer repurchase interest. And the f test shows that the results show that service quality, promotion and facility availability simultaneously/together have a influence on consumer repurchase interest in Fitrinofane Swalayan Kedaton in Bandar Lampung.

**Keywords: Service Quality, Promotion, Facilities, and Repurchase Intention**