

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang, mengetahui peran kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat terhadap keputusan pembelian ulang). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah konsumen warung makan Sambel Layah di Purwokerto yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling* dengan jumlah responden sebanyak 110. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan skala Likert's dan uji hipotesis menggunakan *Structural Equational Modelling* (SEM).

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang, kepuasan konsumen memediasi pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan tempat) terhadap keputusan pembelian ulang. Kelengkapan produk menjadi sangat penting, karena produk yang lengkap akan memudahkan pembeli untuk mendapatkannya di satu tempat, jadi sebaiknya sambal layah menambahkan makanan penutup dalam varian menunya, sehingga pembeli merasa termanjakan saat berbelanja. Harga yang terjangkau dan juga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan akan menarik pembeli untuk melakukan pembelian ulang. Dalam meningkatkan promosi pihak Sambel Layah membuat social media seperti video pendek (*teaser video*) untuk menarik perhatian dan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Selain mendekor ulang Sambel layah sebaiknya menyediakan tempat parkir yang lebih luas dan mudah untuk menunjang kenyamanan dan mampu meningkatkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Sebaiknya dalam memberikan kesan pengalaman yang berbeda yang bisa membuat konsumen untuk kembali lagi, seperti memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan setia dengan membuat member card sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian Ulang

SUMMARY

The purpose of this research is to know the influence of product, price, promotion, and place to consumer's satisfaction, to know the influence of consumer satisfaction on repurchase decision, to know the role of consumer satisfaction in mediating the influence of product, price, promotion, and place to repurchase decision). The population in this study is the total number of consumers eat food stalls Sambel Layah in Purwokerto whose numbers can not be known for sure. Sampling in this research is done by using convenience sampling method with 110 respondent. Measurement of variable in this research is done using Likert's scale and hypothesis test using Structural Equational Modeling (SEM).

Based on the result of the research, it is found that the product has a positive effect on customer satisfaction, the price has a positive effect on customer satisfaction, the promotion has positive effect on the satisfaction of the consumer, the consumer satisfaction has positive effect on the buyback decision, the consumer satisfaction mediates the influence of the marketing mix (Product, price, promotion and place) to the repurchase decision. Completeness of the product becomes very important, because a complete product will make it easier for buyers to get it in one place, so you should add the dessert add in the variant of the menu, so that buyers feel pampered when shopping. Affordable prices and also in accordance with the quality of products offered will attract buyers to repurchase. In improving the promotion of Sambel Layah make social media such as short video (teaser video) to attract the attention and desire of consumers to make repeat purchases. In addition to redecorating Sambel layah should provide a more spacious parking lot and easy to support comfort and able to increase the desire to re-buy. Should in giving the impression of different experiences that can make consumers to return again, such as providing special services to loyal customers by creating a member card so as to increase consumer desire to make repeat purchases.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, Consumer Satisfaction, Purchase Decision