

## ABSTRAKSI

Tingginya persaingan dalam bisnis bahan bangunan menyebabkan persaingan begitu kompetitif. Dalam menarik perhatian pelanggannya untuk memutuskan pembelian, perusahaan berusaha melakukan berbagai upaya agar mempunyai minat untuk membeli ulang. Hal yang melatarbelakangi permasalahan, bahwa upaya yang dilakukan tersebut belum mampu menarik perhatian konsumen dalam memutuskan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra toko dan *social influence* terhadap minat beli ulang konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Populasinya adalah seluruh konsumen yang sudah pernah membelikan bangunan di Toko Sumber Tani Makmur Demak. Dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Alat analisisnya adalah path analisis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian, yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pihak toko bangunan, maka akan semakin mempengaruhi tingginya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Citra toko dan *social influence* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan, citra toko dan *social influence* terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli ulang. Keputusan pembelian mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang, dapat diartikan bahwa semakin positif respon konsumen atas tindakan masa lalu dalam memutuskan pembelian, maka akan timbul penguatan dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang.

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan, citra toko, *social influence*, keputusan pembelian dan minat beli ulang.

## ABSTRACT

*High competition in the business of building materials led to a rivalry so competitive. In attracting the attention of customers to make a purchase, the company strives to make efforts in order to have an interest in buying again. The underlying problem, that efforts have not been able to attract the attention of consumers in deciding to buy. The study aims to describe and analyze the effect of quality of service, store image and social influence on consumer buying interest over the purchase decision as intervening variable.*

*The population is all consumers who have never purchased a building materials store Sumber Tani Makmur Demak. By using purposive sampling technique, obtained a sample of 100 respondents. Analysis tools is the path analysis, which previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption.*

*The results showed that the quality of service shown to have a significant positive influence on purchasing decisions, which means that that the higher the quality of service provided by the store building, the more it will affect the high consumers in making purchasing decisions. Store image and social influence has a positive and significant impact on purchasing decisions. Quality of service, store image and social influence proved to have a positive influence on buying interest again. Purchasing decisions have a significant positive influence on the buying interest re, means that the more positive consumer response to the actions of the past in their purchase decision, then there will be a positive reinforcement with its thoughts on what it receives so as to allow consumers to make repeat purchases*

**Keywords:** *Quality of service, store image, social influence, purchasing decisions and purchasing intention.*