

## ABSTRAK

Seiring dengan semakin maraknya ritel modern yang kini berkembang di pangsa pasar Indonesia, baik asing maupun lokal akan menciptakan persaingan ketat antar sesama. Carrefour sebagai salah satunya yaitu ritel modern berkonsep hipermarket yang telah ada di Indonesia sejak tahun 1998. Dengan persaingan ketat tersebut, keberlangsungan bisnis ritel dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan. Namun, pada pelaksanaannya pelayanan yang dilakukan oleh Carrefour ternyata masih ada keluhan yang datang dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang konsumen Carrefour di kota Bandung.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil uji hipotesis secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Carrefour Kiara Condong memiliki pengaruh terhadap minat pembelian ulang sebesar 50,2%, sisanya 49,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang, kecuali *responsiveness*.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan, Ritel