

## ABSTRAK

Nethost merupakan sebuah perusahaan pada bidang *internet service provider*, terbentuk pada tahun 2011. Tim *marketing* Nethost baru saja dibentuk pada tahun 2015 yang mulai menetapkan strategi marketingnya, pada tahun – tahun sebelumnya Nethost hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Sebelum menentukan strategi yang digunakan tim *marketing* Nethost ingin melihat apa saja yang mempengaruhi minat membeli kembali layanan Nethost. Pihak marketing Nethost meninjau kembali dari konsep pemasaran dasar perusahaan yaitu melihat dari bauran pemasaran perusahaan, dimana bauran pemasaran dapat mempengaruhi minat beli kembali layanan yang disajikan oleh Nethost.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang dari jasa Nethost. Pada penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah *Marketing Mix Service 7P* adanya *Product, Promotion, People, Physical Evidence, Place, Price* dan *Process*.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 269 pelanggan Nethost. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan penyebaran kuesioner melalui media komunikasi berbasis internet seperti media sosial. Penganalisan data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa *marketing mix* memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* dengan persentase 31%. Dimana yang berpengaruh secara signifikan adalah variabel proses, pada variabel proses Nethost perlu memperhatikan proses penanggulangan keluhan karena menurut *users* proses penanggulangan keluhan yang di berikan kurang memuaskan.

Kesimpulan pada hasil penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli kembali (*repurchase intention*) dari marketing mix adalah variabel proses terutama proses pada saat terjadi gangguan. Saran yang diberikan untuk nethost adalah memberikan banyak pilihan kompensasi saat adanya gangguan dan membuka lebih banyak *channel* untuk menyampaikan keluhan dari *users*.

Kata Kunci: bauran pemasaran jasa 7p, minat beli kembali, regresi linier berganda