

## ABSTRAK

Dalam dunia industri kuliner persaingan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen semakin kompetitif seiring konsumen lebih selektif dalam memilih jenis kuliner yang akan dikonsumsi sehingga memicu dalam menciptakan inovasi baru. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang Warunk Upnormal cabang Buah Batu Bandung.

Berdasarkan hasil pra survey secara keseluruhan Warunk Upnormal cabang Buah Batu Bandung belum sepenuhnya melaksanakan kualitas pelayanan dan promosi penjualan dengan baik. Hal ini disebabkan kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan dan promosi penjualan yang dijalankan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang konsumen Warunk Upnormal cabang Buah Batu Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Warunk Upnormal cabang Buah Batu Bandung dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik sampling yang digunakan metode *non probability sampling* dengan *Accidental sampling* dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 23

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Warunk Upnormal cabang Buah Batu Bandung. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang secara simultan 61,6% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial variabel yang memiliki pengaruh paling besar yaitu kualitas pelayanan berikutnya adalah promosi penjualan

Kesimpulan penelitian ini, kualitas pelayanan sudah dikategorikan baik, namun ada beberapa item seperti memberikan jaminan atas produknya, pada promosi penjualan masuk dalam kategori baik, namun ada beberapa item yang harus ditingkatkan seperti, promosi dalam mengadakan program undian.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, Minat Beli Ulang.**