

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya perhatian masyarakat akan pentingnya hidup sehat kini olahraga yoga semakin diminati meskipun popularitasnya masih di bawah olahraga lainnya seperti lari atau bersepeda. Meskipun begitu, yoga memiliki prospek pasar yang menjanjikan melihat pesaing bisnis yoga mulai bermunculan di Kota Bandung. Yoga Nature Class Podomoro merupakan studio yoga yang berdiri sejak tahun 2023 kini berusaha untuk meningkatkan minat pelanggannya sebab para pelaku usaha serupa saling berlomba memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Mulai dari menyediakan tempat yang nyaman dan instruktur yoga yang kompeten agar peserta yoga merasa nyaman dan puas. Cara ini bertujuan mendorong peserta untuk menjadi pelanggan sehingga mereka akan berminat berkunjung kembali. Selain mendapatkan keuntungan dari segi ekonomi, namun penting untuk Yoga Nature Class Podomoro dapat bertahan di tengah persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro melalui kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi studi ini adalah pelanggan Yoga Nature Class Podomoro dengan syarat pernah berkunjung setidaknya satu kali hingga dua kali sehingga terkumpul 100 responden. Sampel menggunakan pendekatan *non-probability sampling berdasarkan rumus Cochran*. Penelitian ini memakai teknik analisis *structural equation modelling-partial least square* (SEMPLS) kemudian diolah menggunakan aplikasi SmartPLS Versi 4.0. Hasil tinjauan penelitian ini pada Yoga Nature Class Podomoro menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi terhadap aspek-aspek pelayanan di Yoga Nature Class Podomoro yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pelanggan. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan arahan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terutama dari segi ketepatan waktu dan kelengkapan alat-alat yang mendukung peningkatan kepuasan dan minat beli pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang