

## ABSTRAK

Dalam persaingan bisnis *convenience store* telah terjadi persaingan yang cukup ketat dalam pembahasan ini 7-eleven harus dapat bersaing dan mempertahankan serta menambah konsumen dalam persaingan yang cukup ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap *word of Mouth* dan Keputusan Pembelian ulang di 7-Eleven.

Variabel eksogen yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Kepuasan Konsumen terhadap *word of mouth* dan Keputusan Pembelian ulang sebagai Variabel Endogen. Data ini diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 Mahasiswa dan Mahasiswi kelas Reguler seluruh Angkatan Jurusan Manajemen S1 Universitas Mercu Buana dengan populasi seluruh konsumen 7-Eleven. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Insidental dan Purposive Sampling* , sedangkan alat analisis yang digunakan adalah SPSS 20 dan Amos 18.

Dari hasil pengolahan data didapatkan menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ulang dengan tingkat signifikansi yang kuat.

**Kata kunci : Kepuasan Konsumen, *word of mouth* dan Keputusan Pembelian ulang.**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA