

## ABSTRAK

Keputusan pembelian ulang merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli kembali barang atau pun jasa yang pernah dibeli sebelumnya, keputusan pembelian ulang terjadi karena konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa tersebut sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang pada konsumen Kula Restaurant Kerobokan. Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya Penurunan penjualan yang terjadi dikarenakan pada tahun 2020 ini seluruh dunia mengalami krisis ekonomi yang di akibatkan dengan adanya virus covid-19 dan adanya pesaing-pesaing baru yang semakin banyak.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Penentuan sampel dilakukan menggunakan *Purposivesampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan maka keputusan pembelian ulang akan meningkat. (2) Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak variasi produk yang di tawarkan, maka keputusan pembelian ulang akan meningkat. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, hal tersebut menunjukkan semakin kreatif dan inovatif promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka keputusan pembelian ulang akan meningkat.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, variasi produk, promosi dan keputusan pembelian ulang

UNMAS DENPASAR