

## ABSTRAK

Semakin berkembangnya industri otomotif kini dapat dilihat dari banyaknya usaha jasa perawatan maupun perbaikan kendaraan bermotor yang bernaung di bawah merek-merek produk terkenal seperti Honda. Salah satu bengkel yang berdiri dibawah naungan Honda adalah Ahass Berkah Jaya Motor II. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) kualitas pelayanan , (2) harga , (3) lokasi terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahass Berkah Jaya Motor II. Sampel diambil adalah 100 responden dengan menggunakan metode *Purposeive Sampling* . Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan , harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program statistic *SPSS for Windows v.17*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang , harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang , dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

**Kata kunci : kualitas pelayanan , harga , lokasi , keputusan pembelian ulang**

## **ABSTRACT**

*The growing development of the automotive industry can now be seen from the number of maintenance and repair services for motor vehicles that are under the auspices of well-known product brands such as Honda. One of the workshops that stands under the auspices of Honda is Ahass Berkah Jaya Motor II. This study aims to determine the effect of (1) service quality, (2) price, (3) location on consumer repurchase decisions at Ahass Berkah Jaya Motor II workshop. The sample taken is 100 respondents using the method Purposeive Sampling. The analytical tool used to analyze the effect of service quality, price and location variables on repurchase decisions is multiple linear regression analysis with the help of statistical program SPSS for Windows v.17. The results of this study indicate that service quality has no significant effect on repurchase decisions, price has a significant positive effect on repurchase decisions, and location has a significant positive effect on repurchase decisions.*

**Keywords: service quality, price, location, repurchase decision**

