

ABSTRAK

Pemasaran memegang peranan penting dalam kegiatan bisnis, terutama dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan mendorong pertumbuhan penjualan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial telah berkembang menjadi salah satu sarana promosi yang berpengaruh besar. Selain itu, pengalaman konsumen selama proses pelayanan (*Service Quality*), serta tingkat pengenalan dan pemahaman terhadap suatu produk (*Product Quality*), juga merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi pembelian ulang konsumen dalam melakukan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, siaran langsung, dan ulasan pelanggan terhadap pembelian ulang konsumen Toko Erilla Grosir. Dalam penelitian ini, *Service Quality* (X1), *Product Quality* (X2), *Live Streaming* (X3), dan *Online Customer Review* (X4) merupakan variabel bebas, sedangkan variabel terikatnya adalah Pembelian Ulang Konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kausal dengan metode kuantitatif. Data dikumpulkan dari 80 responden dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen, sedangkan *product quality*, *live streaming*, dan *online customer review* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang konsumen di Toko Erilla Grosir. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang baik bagi Toko Erilla Grosir dalam merancang langkah-langkah untuk meningkatkan pembelian ulang konsumen.

Kata Kunci : *Service Quality*, *Product Quality*, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* terhadap Pembelian Ulang Konsumen.

ABSTRACT

Marketing plays an important role in business activities, especially in building strong relationships with consumers and driving sales growth. With the rapid development of digital technology, social media has become one of the most influential promotional media. In addition, consumer experience during the service process (Service Quality), as well as the level of recognition and understanding of a product (Product Quality), are also important aspects that can influence consumer repeat purchases in making purchases. Based on this, this study aims to examine the extent to which service quality, product quality, live streaming, and customer reviews influence consumer repeat purchases at the Erilla Grosir Store. In this study, Service Quality (X1), Product Quality (X2), Live Streaming (X3), and Online Customer Review (X4) are independent variables, while the dependent variable is Consumer Repeat Purchases (Y). This study uses a causal descriptive approach with a quantitative method. Data were collected from 80 respondents and analyzed using multiple linear regression techniques. The results of the analysis show that service quality does not have a significant effect on consumer repeat purchases, while product quality, live streaming, and online customer reviews have a significant effect on consumer repeat purchases at the Erilla Grosir Store. It is expected that the results of this study can provide good input for Toko Erilla Grosir in designing steps to increase consumer repeat purchases.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Live Streaming, and Online Customer Review on Consumer Repeat Purchases.*

