

**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA LAYANAN HIBURAN DI  
BOSHE TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen pada layanan hiburan di Boshe terhadap minat kunjungan ulang. Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasinya adalah seluruh pengunjung BOSHE. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Uji Instrument, Frekuensi, dan Analisis regresi sederhana (Uji t). Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Secara diskriptif persepsi konsumen pada layanan hiburan di Boshe masuk dalam kategori “Baik” (2) Persepsi konsumen pada layanan hiburan di Boshe berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang.

Kata kunci : Persepsi konsumen, Minat beli (kunjung) ulang, *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION ON THE PRODUCT SERVICES AT BOSHE TOWARD REPEATED VISITS INTEREST `**

The research aims to identify the perceptual effect of buyers in services industry in boshe against interest repeated visits. The type of the research is ease study. The population of the research is all visitor at Boshe. The sample taken is 100 respondents. The data collection technique is accidental sampling by distributing questionnaires. The regression analysis used as data analysis technique. The result as the research is the consumer perception on product service at Boshe influences the repeated visit interest.

Key words: consumer perceptions, repeated visits.

