

# **Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Daebak Fan Cafe di Kota Depok)**

**Oleh**

**Siti Humayroh Juniarti**

## **Abstrak**

Daebak adalah *The First Korean Fan Cafe in Indonesia*. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Daebak *Fan Cafe* Kota Depok. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan konsumen yang pernah melakukan pembelian di Daebak *Fan Cafe* Kota Depok sebagai sampel sebanyak 50 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan program SmartPLS 3.0 dan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha= 5\%$ ). Hasil dari pengujian diperoleh (1) kualitas pelayanan tidak mampu memberikan kontribusi secara langsung terhadap minat beli ulang (2) kualitas pelayanan tidak mampu memberikan kontribusi secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (3) kualitas produk mampu memberikan kontribusi secara langsung terhadap minat beli ulang (4) kualitas produk mampu memberikan kontribusi secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (5) harga mampu memberikan kontribusi secara langsung terhadap minat beli ulang (6) harga mampu memberikan kontribusi secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, minat beli ulang dan kepuasan pelanggan

***Repurchase Intention With Customer Satisfaction  
As Variabel Intervening  
(Study at Daebak Fan Cafe di Kota Depok)***

**By**

**Siti Humayroh Juniarti**

***Abstract***

*Daebak is The First Korean Fan Cafe in Indonesia. The object of this research is Daebak Fan Cafe Depok City. This research is quantitative research which aims to know the relation of service quality, product quality and price to repurchase intention with customer satisfaction as intervening variable. This study uses consumers who have made purchases at Daebak Fan Cafe Depok City as a sample of 50 respondents. Sampling using non probability sampling technique with purposive sampling method. Hypothesis testing in this study using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 program and 95% significance level ( $\alpha = 5\%$ ). The result of the test is obtained (1) the quality of service is not able to contribute directly to repurchase intention (2) the quality of service is not able to indirectly contribute to repurchase Intention through customer satisfaction (3) product quality able to contribute directly to repurcahse intention (4) the quality of the product is able to indirectly contribute to repurchase intention through customer satisfaction (5) the price is able to contribute directly to repurchase intention (6) the price is able to contribute indirectly to repurcahse through customer satisfaction .*

*Keywords: quality of service, product quality, price, repurchase intention customer satisfaction*