

## ABSTRAK

**REBBY PRATAMA, No. Mhs 141040348.** Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada Power GameNet di Yogyakarta. Dibimbing oleh Drs. Ign. Agus Suryono, MM dan Dra. Krisnandini WP, M.si. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama dan parsial persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada power gamenet di Yogyakarta.

Persepsi kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan secara bersama-sama dan parsial mempunyai pengaruh terhadap Niat pembelian ulang pada Power GameNet di Yogyakarta.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey. Dimana metode penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner, dan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui laporan dan dokumen pada power gamenet Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa layanan power gamenet Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability purposive sampling yaitu teknik penarikan sampel dengan kriteria tertentu yang populasinya tidak dapat dihitung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Data diolah dengan analisis Regresi Linear Berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-F dan uji-t dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Alat bantu yang digunakan peneliti adalah SPSS versi 14.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan secara bersama-sama dan secara parsial, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat pembelian ulang konsumen pada Pelanggan Power GameNet di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis 1 dan hipotesis 2 didukung.

Kata kunci : persepsi kualitas layanan, kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang