

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Survei pada Pelanggan Omah Kopi Cokrowijayan di Sleman)

SHANIA CAHYA NADHIFAH

NIM. 141180077

E-mail: Shaniacahyanad@gmail.com

Pembimbing I : Dr. Haddy Suprpto, M.S

Pembimbing II : Drs. IGN. Agus Suryono, M.M

Abstraksi

Era modernisasi saat ini para pelaku usaha dituntut untuk selalu mengikuti perubahan sekecil apapun. Tidak terkecuali perubahan gaya hidup seseorang, salah satu gaya hidup yang sesuai dengan masyarakat Indonesia saat ini yaitu senang berkumpul bersama teman ataupun keluarga di restoran keluarga, restoran cepat saji, warung kaki lima, food court maupun café. Tidak heran jika bisnis pada bidang kuliner berkembang pesat dan banyak dijumpai pada era ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor – faktor yang dapat mempengaruhi niat pembelian kembali seperti persepsi harga, kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian ini berfokus pada niat pembelian kembali pelanggan pada Omah Kopi Cokrowijayan dengan responden pelanggan Omah Kopi Cokrowijayan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik penelitian ini menggunakan data kuesioner dari 160 responden. Hasil penelitian menunjukkan bukti bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan Omah Kopi Cokrowijayan.

Kata kunci : persepsi harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, niat pembelian kembali