

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Pelanggan Restoran Star Steak di Kabupaten Klaten)

TARAVIA PURBOSARI
NIM. 141190228

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

141190228@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Restoran Restoran Star Steak di Kabupaten Klaten. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada 150 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *Software SmartPLS 3.0* dengan *loading factor* $> 0,7$ dan *AVE* $> 0,5$, *composite reliability* dan *cronbach's alpha* $> 0,7$ dan semua sesuai memenuhi kriteria. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap niat pembelian kembali, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian kembali, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian kembali, (6) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap niat pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan, (7) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Niat Pembelian Kembali, Kepuasan pelanggan.*