

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KEPUASAN PELANGGAN

(Survei pada Pelanggan Sugo Raemen Express Yogyakarta)

DAWUD ALFARISI

NIM. 141190260

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141190260@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Niat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Sugo Ramen Express di Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer serta data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui googleform. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah pelanggan Sugo Ramen Express di Yogyakarta, dan dengan kriteria tertentu yaitu berusia minimal 18 tahun, pernah melakukan pembelian produk dan pernah melakukan pembelian secara langsung (*Dine In*). Metode pengambilan data menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan uji koefisien outer model dan inner model menggunakan bantuan *software Smart PLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung hubungan antar variable yaitu : 1) Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan; 2) Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat beli ulang; 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat beli ulang. Selain itu, terdapat pengaruh tidak langsung hubungan antar variabel yaitu ; 4) Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Harga berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga; Niat beli ulang; Kepuasan Pelanggan; Kualitas pelayanan; Kualitas produk.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN**

(Survei pada Pelanggan Sugoï Ramen Express Yogyakarta)

DAWUD ALFARISI

NIM. 141190260

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141190260@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

This research aims to determine and analyze the extent of the influence of Product Quality, Service Quality, and Price on Repurchase Intention through Customer Satisfaction of Sugoï Ramen Express in Yogyakarta. The data used in this study are primary data collected through questionnaires distributed via Google Form. This research adopts a quantitative approach. The population consists of customers of Sugoï Ramen Express in Yogyakarta, with specific criteria being at least 18 years old, having made a product purchase, and having made a direct purchase (Dine In). The data collection method used is purposive sampling. The analysis method employed in this research is Partial Least Square (PLS) with outer model and inner model coefficient tests using Smart PLS 3.0 software. The results of this study indicate that there are direct influences among the variables as follows: 1) Product Quality, Service Quality, and Price have a positive and significant impact on Customer Satisfaction; 2) Product Quality, Service Quality, and Price have a positive and significant impact on Repurchase Intention; 3) Customer Satisfaction has a positive and significant impact on Repurchase Intention. Additionally, there is an indirect influence among the variables as follows: 4) Product Quality, Service Quality, and Price have an indirect positive and significant impact on Repurchase Intention through Customer Satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction; Price ; Product Quality; Repurchase Intention; Service Quality.*