

CLARA NOVITA NAINGGOLAN. 2025. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Konsumen BeliKopi Cabang Seturan, Yogyakarta. Di bawah arahan Dr. Wulandari Dwi Etika Rini SP., MP.

ABSTRAK

Kopi adalah komoditas unggul di sektor perkebunan dengan potensi pasar yang besar setiap tahunnya. Salah satu sektor kuliner yang menunjukkan minat beli ulang yang tinggi adalah produk kopi, terutama BeliKopi Cabang Seturan. Mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih menantang dibandingkan dengan mencari konsumen baru. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada konsumen BeliKopi Cabang Seturan, Yogyakarta; dan (2) menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta kepercayaan terhadap minat beli ulang pada konsumen BeliKopi Cabang Seturan, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling dalam penentuan sampel. Sebanyak 100 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan memiliki rata-rata skor tinggi yang mempengaruhi minat beli ulang pelanggan pada BeliKopi. Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, Minat beli ulang.

CLARA NOVITA NAINGGOLAN. 2025. *Analysis of Factors Influencing Repurchase Intention of Customers of BeliKopi Seturan Branch, Yogyakarta.* Under direction by Dr. Wulandari Dwi Etika Rini SP., MP.

ABSTRACT

Coffee is a leading commodity in the agricultural sector with significant market potential each year. One of the culinary sectors that shows high repeat purchase intention is coffee, particularly BeliKopi Seturan branch. Retaining existing customers is more challenging than acquiring new ones. This study aims to (1) describe the factors influencing repeat purchase intention among customers of BeliKopi Seturan, Yogyakarta; and (2) analyze the impact of product quality, service quality, price, and trust on repeat purchase intention among customers of BeliKopi Seturan, Yogyakarta. This research employs a quantitative approach with purposive sampling in sample selection. A total of 100 respondents participated in the study. The data utilized includes both primary and secondary data collected via questionnaires and analyzed using SPSS. The results of the study show that product quality, service quality, price, and trust have a high average score that influences customer repurchase interest in BeliKopi. Product quality, service quality, price and trust also have a positive and significant effect on consumer repurchase intention.

Keywords: *product quality, service quality, price, trust, repurchase intention.*