

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada restoran The Sense Kitchen Yogyakarta. The Sense Kitchen merupakan restoran fine dining yang mengusung konsep gastronomi modern dengan beragam keunikan sajian yang memberikan pengalaman berbeda kepada konsumennya.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei kepada pelanggan restoran. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel intervening adalah kepuasan pelanggan, dan variabel terikat adalah niat pembelian kembali. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan terbukti memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian kembali. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas konsumen, khususnya dalam konteks restoran dengan konsep unik seperti The Sense Kitchen.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya manajemen restoran untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas dan pembelian

ulang. Penelitian ini juga berkontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam studi perilaku konsumen di industri restoran.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Kembali**