

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*,
SERVICE QUALITY DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA PELANGGAN FORE COFFEE DI KABUPATEN
SLEMAN**

SAFIRA DESTA ANDRIANIE

NIM. 141210173

E-mail: safiradestaaa@gmail.com

Pembimbing: IGN Agus Suryono, Drs. MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality*, *service quality* dan *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan Fore Coffee. Penelitian ini melibatkan 171 responden yang merupakan pelanggan yang berdomisili di Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik statistik dekriptif dengan alat analisis *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan program SmartPLS 4.0.1.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Product quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *repurchase intention*, (2) *Service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *repurchase intention*, (3) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *repurchase intention*, (4) *Product quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*, (5) *Service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*, (6) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*, (7) *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *repurchase intention*, (8) *Customer satisfaction* berperan sebagai mediator yang berpengaruh signifikan dan positif dalam hubungan antara *product quality* terhadap *repurchase intention*, (9) *Customer satisfaction* berperan sebagai mediator yang berpengaruh signifikan dan positif dalam hubungan antara *service quality* terhadap *repurchase intention*, (10) *Customer satisfaction* berperan sebagai mediator yang berpengaruh signifikan dan positif dalam hubungan antara *electronic word of mouth* terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Product quality*, *service quality*, *electronic word of mouth*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*.