

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KEMUDAHAN AKSES,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT KUNJUNG ULANG
GENERASI Z PADA TORTE COFFEE *TO GO* DI KABUPATEN SLEMAN**

DIANITA APRILIA

NIM. 141220459

Email: dianitaapriliala@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Drs. Karyono., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, kemudahan akses, kualitas layanan Torte Coffee *to go* terhadap niat kunjung kembali Generasi Z di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 170 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria Generasi Z yang pernah membeli produk pada Torte Coffee *to go* dan berdomisili di Kabupaten Sleman. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner online dan analisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing*, kemudahan akses, kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan kemudahan akses signifikan terhadap niat kunjung kembali. Secara parsial, *social media marketing* dan kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjung ulang. Sementara itu, kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kunjung ulang Generasi Z ke Torte Coffee di Kabupaten Sleman.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Kemudahan Akses, Kualitas Layanan, Niat Kunjung Ulang, Generasi Z, Torte Coffee.

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KEMUDAHAN AKSES,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT KUNJUNG ULANG
GENERASI Z PADA TORTE COFFEE *TO GO*
DI KABUPATEN SLEMAN
DIANITA APRILIA
NIM. 141220459**

Email: dianitaaprilias@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Drs. Karyono., M.M.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media marketing, accessibility, and service quality on Generation Z's visit intention toward Torte Coffee in Sleman Regency. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 170 respondents selected through purposive sampling, with the criteria of being Generation Z consumers who had purchased Torte Coffee products and resided in Sleman Regency. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 27. The results indicate that social media marketing, accessibility, and service quality simultaneously have a significant effect on revisit intention. Partially, social media marketing and service quality have a positive and significant effect on revisit intention, while accessibility does not have a significant effect on visit intention. These findings suggest that digital marketing strategies and service quality are the main factors influencing Generation Z's revisit intention toward Torte Coffee.

Keywords: *Social Media Marketing, Accessibility, Service Quality, Revisit Intention, Generation Z, Coffee Torte.*