

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan, nilai dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada garden café XXI di Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan garden café XXI di Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan tersebut yaitu sebanyak 100 responden yang dianggap cukup untuk mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Kuantitatif dengan model Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serentak pengaruh persepsi kualitas pelayanan, nilai dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang pada garden café XXI di Yogyakarta. Pengujian secara parsial juga menemukan bahwa pengaruh persepsi kualitas pelayanan, nilai dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang pada garden café XXI di Yogyakarta.

Kata kunci : Persepsi Kualitas Pelayanan, Nilai dan Kepuasan Pelanggan.