

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KHADIRA *COFFEE* TASIKMALAYA

Oleh
Dikha Kardilah
NPM 195009092

Dosen Pembimbing:
Rina Nuryati
Nurul Risti Mutiarasari

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kunjungan berlanjut. Indikator kepuasan konsumen yang diambil dalam penelitian ini adalah Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Emosional dan Harga. Indikator minat beli ulang terdiri dari frekuensi pembelian, komitmen pelanggan, dan rekomendasi positif. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada konsumen Khadira *Coffee*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, data yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada 50 responden yang diambil dari konsumen Khadira *Coffee*. Penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan konsumen berada pada kategori sangat baik, minat beli ulang mendapat kategori sangat baik, serta kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada konsumen Khadira *Coffee*.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang, Kafe

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMER SATISFACTION ON REPURCHASE INTENTION IN KHADIRA COFFEE TASIKMALAYA

By
Dikha Kardilah
NPM 195009092

Supervisor:
Rina Nuryati
Nurul Risti Mutiarasari

Consumer satisfaction is a level where customer needs, desires and expectations can be met which will result in repeat purchases or continued visits. The consumer satisfaction indicators taken in this research are Comfort, Service Quality, Product Quality, Emotional and Price. Indicators of repurchase interest consist of purchase frequency, customer commitment and positive recommendations. The aim of this research is to determine and analyze the influence of consumer satisfaction on repurchase interest among Khadira Coffee consumers. The research method used was a survey method, data was obtained directly through questionnaires to 50 respondents taken from Khadira Coffee consumers. Sampling used purposive sampling and the analysis method used in this research was simple linear regression analysis. Based on the research results, it is known that consumer satisfaction is in the very good category, repurchase interest is in the very good category, and consumer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest among Khadira Coffee consumers.

Keyword: *repurchase intention, consumer satisfaction, Cafe*