

ABSTRACT

Service Quality can be one of strength for the company to gain competitive advantage. Companies competition in providing the best service quality is also perceived to café business in Surabaya. Based on the results of the poll can be seen that the majority of consumers choose café House of Sampoerna ascafe outside mall and has the feel of a classic. The purpose of this research is to know, analyze, and examine the relationship and level of influence of service quality, customer satisfaction, and repurchase intention in the café House of Sampoerna.

Data used in this research is the primary data obtained from questionnaires. Respondents from this study are 100 House of Sampoerna café customers who visit the café House of Sampoerna at least three times in the last six months and have the latest high school education with convenience sampling technique sampling. Statistical analysis used was simple linear regression analysis, multiple linear regression, and linear regression by the moderator.

Based on the results of data analysis can be concluded that the hypothesis which assumed that service quality has an influence on repurchase intention in the café House of Sampoerna and quality of service and customer satisfaction have an influence on repurchase intention in the café of the House of Sampoerna can be accepted or proven true. As for the hypothesis that assumed that the quality of service that is moderated by the influence of customer satisfaction have reinforced the increasing repurchase intention in the café of the House of Sampoerna was not proven true.

Keywords: service quality, customer satisfaction, repurchase intention

INTISARI

Kualitas layanan dapat dijadikan salah satu kekuatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Persaingan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan yang terbaik juga dirasakan untuk bisnis café di Surabaya. Berdasarkan hasil polling dapat diketahui bahwa sebagian besar dari konsumen memilih café House of Sampoerna sebagai café yang berada di luar mall dan memiliki nuansa klasik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji hubungan dan besarnya pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang di café House of Sampoerna.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah 100 pelanggan café House of Sampoerna yang berkunjung ke café House of Sampoerna minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir dan memiliki pendidikan terakhir SMA dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, regresi linier berganda, dan regresi linier dengan moderator.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menduga bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli ulang di café House of Sampoerna dan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap minat beli ulang di café House of Sampoerna dapat diterima atau terbukti kebenarannya. Sedangkan untuk hipotesis yang menduga bahwa kualitas layanan yang dimoderasi oleh kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang diperkuat dalam meningkatkan minat beli ulang di café House of Sampoerna tidak terbukti kebenarannya.

Keywords: service quality, customer satisfaction, repurchase intention