

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG

Studi Kasus pada Grisee Coffee & Resto Yogyakarta

Nikolas Yuda Mandaladewa

Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi konsumen pada kualitas pelayanan di Grisee Coffee & Resto Yogyakarta berpengaruh terhadap minat beli ulang ke Grisee Coffee & Resto. Jenis penelitian ini yang dilakukan adalah penelitian asosiatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan *accidental sampling* dengan kriteria konsumen yang baru pertama kali ke Grisee Coffee & Resto. Penelitian ini menggunakan sampel 40 (empat puluh) responden. Teknik pengujian instrument dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Mayoritas konsumen yang baru pertama kali adalah laki-laki yang berusia diatas 20 tahun, 2) Persepsi konsumen pada kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik, 3) Minat beli ulang termasuk dalam kategori tinggi, 4) Persepsi konsumen pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE EFFECT OF CONSUMER PERCEPTION ON QUALITY OF SERVICE ON INTEREST IN BUYING

Case Study on Grisee Coffee & Resto Yogyakarta

Nikolas Yuda Mandaladewa
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2018

This study aims to determine whether consumer perceptions on the quality of service at Grisee Coffee & Resto Yogyakarta affect the interest to buy back to Grisee Coffee & Resto. The type of this research that is done is associative research, sampling technique used by accidental sampling with the first consumer criteria to Grisee Coffee & Resto Yogyakarta. This study used a sample of 40 (forty) respondents. Instrument testing instrument in this research is the test of validity, reliability test, while the data analysis using the classical assumption test, simple linear regression analysis and descriptive analysis. The results of this study indicate that: 1) The majority of first-time consumers are men over the age of 20 years, 2) consumer perceptions on the quality of service included in good category, 3) Buyback interest included in high category, 4) Consumer Perceptions on the quality of service affect the interest to buy back.

Keywords: Consumer Perception On Service Quality, Buying Interest