

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
MINAT KUNJUNG ULANG PADA KOPI LAIN HATI DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Studi pada Kopi Lain Hati Yogyakarta

Angelina Bella Nesy Soriton
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (2) pengaruh harga terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (3) pengaruh WOM terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kualitas layanan, harga, WOM, minat kunjung ulang dan kepuasan konsumen kepada 100 responden. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* dan menggunakan *WarpPLS 6.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, (2) Harga berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, (3) WOM berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, *Word of Mouth*, Minat Kunjung Ulang, Kepuasan Konsumen.

ABSTRAK
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICES, AND WORD OF MOUTH ON
KOPI LAIN HATI REVISIT INTEREST TROUGH SATISFICATION AS THE
MEDIATING VARIABLE.

A study of Kopi Lain Hati, Yogyakarta

Angelina Bella Nesy Soriton
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2020

This study aims to determine: (1) the effect of service quality on interest in revisits with customer satisfaction as a mediating variable, (2) the positive influence on interest in returning with customer satisfaction as a mediating variable, (3) the effect of WOM on interest in revisiting with satisfaction. consumers as a mediating variable. The sampling technique used purposive sampling. The data were obtained by distributing questionnaires about service quality, price, WOM, interest in revisiting and customer satisfaction to 100 respondents. Data analysis using Partial Least Square and using WarpPLS 6.0. The results of the study show that: (1) service quality has a positive effect on revisit interest mediated by consumer satisfaction (2) price has a positive effect on revisit interest mediated partly by consumer satisfaction. (3) Word of mouth has a positive effect on revisit interest mediated in part by consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Prices, Word of Mouth, Revisit Intesrest, Satisfac