

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG KONSUMEN
DENGAN KEPUASANSEBAGAI MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Kedai Kopiratan)**

Budianto
Universitas Sanata Dharma
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi, 2) Pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi, 3) Pengaruh fasilitas terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kualitas layanan, promosi, fasilitas, minat kunjung ulang konsumen, dan kepuasan konsumen kepada 96 responden. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* dan menggunakan *WarpPLS 7.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 2) Promosi berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 3) Fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang konsumen dengan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Fasilitas, Minat Kunjung ulang Konsumen, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE, QUALITY, PROMOTION, AND FACILITIES ON CUSTOMER REVISIT INTEREST WITH SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLES

(Study on Kedai Kopiratan Consumers)

Budianto
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to determine 1) the effect of service quality on consumer revisit interest with satisfaction as mediating variable, 2) the effect of promotion on consumer revisit interest with satisfaction as mediating variable, 3) the effect of facilities on consumer revisit interest with satisfaction, as mediating variable. The sampling technique used *purposive sampling*. The data was obtained by distributing questionnaires to 96 respondents to identify their perception on service quality, promotion, facilities, interest in customer revisits, and customer satisfaction. Data analysis is *Partial Least Square* and using *WarpPLS 7.0*. The results of the study indicated that: 1) Service quality has a positive effect on the interest on customer revisits, full mediated by customer satisfaction, 2) Promotion have a positive effect on consumer re-visit interest, partly mediated by customer satisfaction, 3) Facilities have a positive effect on consumer re-visit interest, partly mediated by customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Promotion, Facilities, Customer Revisit Interest, Customer Satisfaction.