

# ABSTRAK

Willy Djulianto (01619220028)

## “FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN KEDAI KOPI”

(XVIII+83 halaman; 21 tabel; 6 gambar )

Salah satu industri yang turut mendukung perkembangan industri makanan dan minuman adalah sub sektor pada industri kopi yang selalu mengalami peningkatan dalam hal konsumsi secara konsisten setiap tahunnya. Hal ini menyebabkan banyak kedai kopi atau kafe yang muncul sehingga menyebabkan persaingan yang cukup kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali pada salah satu kafe di Kota Tangerang yaitu Kopi Tuku. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan teknik analisa SEM pada 201 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *satisfaction* dan *trust* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. Begitu juga dengan *perceived quality*, *service quality*, *perceived value*, *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi *satisfaction*. Nilai  $r^2$  menunjukkan bahwa sebesar 68,4% variabel *repurchase intention* dapat dijelaskan oleh variabel *satisfaction* dan *trust*. Implikasi manajerial pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebaiknya pihak manajerial dapat menggunakan kemasan yang menarik secara visual, menurunkan waktu tunggu konsumen atau memberi hiburan ketika konsumen melakukan antrian, meningkatkan kualitas makanan seperti menjaga kesegaran bahan baku, hingga dekorasi yang menarik.

**Kata Kunci** : Minat Beli Kembali, Kafe, Kopi, Kepuasan Konsumen

71 Referensi (2017-2024)

## ***ABSTRACT***

**Willy Djulianto (01619220028)**

### ***“FACTORS THAT INFLUENCE REPURCHASE INTENTION OF COFFEE SHOP CUSTOMERS”***

*(XVIII+83 pages; 21 tables; 6 figures)*

*One of the industries that supports the development of the food and beverage industry is the sub-sector in the coffee industry which always experiences an increase in consumption consistently every year. This causes many coffee shops or cafes to emerge, causing quite competitive competition. This study aims to examine the factors that can influence the interest in revisiting one of the cafes in Tangerang City, namely Kopi Tuku. This study was conducted with a quantitative approach using SEM analysis techniques on 201 respondents. The results of the study showed that satisfaction and trust have an influence on repurchase intention. Likewise with perceived quality, service quality, perceived value, store atmosphere which can affect satisfaction. The r square value shows that 68.4% of the repurchase intention variable can be explained by the satisfaction and trust variables. The managerial implications of this study indicate that managers should use visually attractive packaging, reduce consumer waiting time or provide entertainment when consumers are queuing, improve food quality such as maintaining the freshness of raw materials, to attractive decorations.*

***Key words:*** *Repurchase intention, Cafe, Coffee, Consumer Satisfaction*

*71 References (2017-2024)*