

ABSTRAK

Afdal Yusra, 2022: Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Di Kedai Kebun Dharmasraya.

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya masalah pada *service quality* dan *repurchase intention* pada *café* yang berada di Kabupaten Dharmasraya yaitu Kedai Kebun, seperti kurangnya minat konsumen untuk berkunjung kembali, konsumen tidak ingin memprioritaskan Kedai Kebun sebagai pilihan utama, kurang terjaganya fasilitas dan kurangnya pengetahuan karyawan terhadap menu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *service quality* terhadap *repurchase intention* konsumen pada Kedai Kebun Dharmasraya. Penelitian ini penting dilakukan supaya pihak Kedai Kebun dapat memperbaiki dan meningkatkan *service quality* sehingga konsumen melakukan *repurchase intention*.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability samplin* gjenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling isidental* dengan jumlah 100 orang konsumen. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket yang menggunakan skala *likert* yang berjumlah 27 pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Data yang dideskripsikan melalui uji persyaratan analisis dan pengujian hipotesis yang menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana serta koefisien determinan dengan menggunakan program SPSS versi 20.00.

Hasil dari penelitian : (1) *service quality* berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 59,27, (2) *repurchase intention* berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata 46,11. Berdasrkan daritest hipotesis regresi linear sederhana dengan nilai F 15.509 dengan sig 0,000 < 0,05, sehingga ditemukan pengaruh antara *service quality* dengan *repurchase intention* dengan nilai R Square sebesar 0,137. *Service quality* berpengaruh sebesar 13,7% terhadap *repurchase intention* dan 86,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya diperoleh nilai koefisien regresi linear sederhana sebesar 0,461 dengan skor Sig 0,000 < 0,05, artinya disetiap peningkatan sebesar 1 satuan *service quality* bisa meningkatkan 0,461 satuan *repurchase intention*. Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar meningkatkan *service quality* agar lebih bisa meningkatkan *repurchase intention* konsumen

Kata Kunci : *Service Quality, Repurchase Intention, Cafe.*