

**PERAN KEBAIKAN KONSUMEN DALAM MEMEDIASI PENGARUH
KUALITAS PELAYANAN, PREFENSI MEREK, DAN HARGA TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DI WARUNG NASI KELOK DESA
TALOGONDAN KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

SKRIPSI



Oleh:

**LISA NOVIATRI
18135118/2018**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UBIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh
Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, Dan Harga
Terhadap *Repurchase Intention* Di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan
Kabupaten Padang Pariaman**

Nama : Lisa Noviatry
NIM/BP : 18135118/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Dr. Kasmira, S.Pd, M.Si
NIP. 197009242003122001

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, Dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* Di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman
Nama : Lisa Noviatri
NIM/BP : 18135118/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2024

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si

1. 

2. Anggota : Nidia Wulansari, SE, M.M

2. 

3. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lisa Noviatri
NIM/TM : 18135118 / 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, Dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* Di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012



a yang menyatakan,

Lisa Noviatri
NIM. 18135118

ABSTRAK

Lisa Noviatry. 2024. Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, dan Harga terhadap *Repurchase Intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena *repurchase intention* tamu diduga karena kualitas layanan, preferensi merek, dan harga di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan, preferensi merek, dan harga terhadap *repurchase intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen warung nasi yang pernah berkunjung ke Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman dengan sampel 222 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket) yang disusun menurut skala *likert*. Uji coba instrument menggunakan uji validitas, uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling dengan Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel preferensi merek terhadap variabel kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan konsumen terhadap variabel *repurchase intention*. Terdapat pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*. Terdapat pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi positif dan signifikan antara preferensi merek terhadap *repurchase intention* dengan *path coefficient*. Terdapat pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi positif dan signifikan antara harga terhadap *repurchase intention* dengan *path coefficient*.

Kata Kunci: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, preferensi merek, *repurchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang memberikan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Kebaikan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, Dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* Di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.”**. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi tugas mata kuliah Tugas Akhir Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, PhD selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST,M.M,Ph.D,CHE selaku Kepala Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.IP,MM selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi.
4. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, kritik dan saran dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Nidia Wulandari, SE.,MM selaku Dosen Penguji 1 pada skripsi ini.
6. Bapak Youmil Abrian,SE,M.M selaku Dosen Penguji 2 pada skripsi ini.

7. Ibu Mufida Juliani, selaku pemilik Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.
8. Keluarga terutama kedua orang tua yang selalu mendo'akan memberikan dukungan baik dalam bentuk moral maupun material dan bantuan yang sangat berarti bagi peneliti, motivasi, dan saran untuk pemecahan masalah yang di hadapi oleh peneliti.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juni 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Aspek Teoritis.....	11
1. Kebaikan Konsumen.....	11
2. <i>Repurchase Intention</i>	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Konseptual.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
C. Variabel Penelitian.....	29
D. Definisi Operasional Variabel.....	30

E. Populasi dan Sampel.....	32
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Instrumen Penelitian.....	35
H. Uji Coba Instrumen.....	40
I. Teknik Analisis Data.....	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	49
1. Analisis Deskripsi Data.....	49
2. Deskripsi Variabel.....	51
3. <i>Partial Least Square Structural Equation Modelling</i> (PLS- SEM).....	70
4. Pengujian Hipotesis.....	75
B. Pembahasan.....	79
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tinjauan Repurchase Intention Warung Nasi Kelok Desa Talogondan	5
Tabel 2	Jumlah Konsumen Warung Nasi Kelok.....	32
Tabel 3	Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 5	Hasil Uji Coba Validitas.....	40
Tabel 6	Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	42
Tabel 7	Tingkat Capaian Responden (TCR).....	43
Tabel 8	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 9	Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	49
Tabel 10	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 11	Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 12	Deskripsi Data Indikator Tangibility (Bukti Fisik).....	51
Tabel 13	Deskripsi Data Indikator Emphaty (Empati).....	52
Tabel 14	Deskripsi Data Indikator Responsivness (Daya Tanggap).....	53
Tabel 15	Deskripsi Data Indikator Reliability (Keandalan).....	54
Tabel 16	Deskripsi Data Indikator Assurance.....	55
Tabel 17	Deskripsi Data Indikator Preferensi Merek.....	56
Tabel 18	Deskripsi Data Indikator Merek Produk Memiliki Nama yang Menarik.....	56
Tabel 19	Deskripsi Data Indikator Memilih Suatu Merek Dibanding Merek Lain.....	57
Tabel 20	Deskripsi Data Indikator Setia Pada Suatu Merek Dibanding Merek Lain.....	58
Tabel 21	Deskripsi Data Indikator Harga.....	59
Tabel 22	Deskripsi Data Indikator Keterjangkauan Harga.....	59
Tabel 23	Deskripsi Data Indikator Kesesuaian harga dengan mutu produk.....	60
Tabel 24	Deskripsi Data Indikator Daya Saing Harga.....	61

Tabel 25	Deskripsi Data Variabel Kebaikan konsumen.....	62
Tabel 26	Deskripsi Data Indikator Kesesuaian Harapan.....	62
Tabel 27	Deskripsi Data Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	63
Tabel 28	Deskripsi Data Indikator Kesiediaan Merekomendasikan.....	64
Tabel 29	Deskripsi Data Indikator <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 30	Deskripsi Data Indikator Minat Transaksional.....	65
Tabel 31	Deskripsi Data Indikator Minat Referensial.....	67
Tabel 32	Deskripsi Data Indikator Minat Preferensial.....	68
Tabel 33	Deskripsi Data Indikator Minat Eksploratif.....	68
Tabel 34	Outer Loading.....	69
Tabel 35	<i>Cronbach Alpha</i>	71
Tabel 36	<i>Nilai Discriminant Validity (Fornell Lacker)</i>	72
Tabel 37	<i>Nilai R-square</i>	74
Tabel 38	Hasil Path Coefficient.....	75
Tabel 39	Hasil Path Coefficient.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman	2
Gambar 2	Menu Makanan Warung Kelok.....	3
Gambar 3	Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4	Model Struktural	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata adalah sekelompok bidang usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa yang diperlukan oleh para pelaku perjalanan wisata. Industri mencakup berbagai aktivitas yang bersifat produktif dan bernilai ekonomi, sehingga pariwisata termasuk dalam golongan kegiatan industri. Dalam industri pariwisata tentunya banyak ditemui segala aktivitas, usaha pariwisata adalah usaha yang menggunakan penyediaan barang dan jasa sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara perjalanan wisata (Rulloh, 2017). Industri pariwisata sesungguhnya memiliki cakupan yang sangat luas, karena jika pariwisata pada suatu daerah mengalami perkembangan, maka berbagai kegiatan dan kepentingan lain akan mengikuti.

Beberapa sektor yang dapat dirasakan secara langsung selama kegiatan berwisata adalah subsektor pariwisata primer, yakni restoran, kafe, penginapan, warung makan, transportasi, pedagang eceran, dan hiburan. Salah satu diantara banyaknya sektor pariwisata yang berkembang pesat saat ini adalah warung makan, kecenderungan masyarakat Indonesia mengkonsumsi makanan menjadikan warung makan marak berkembang di Negara Indonesia.

Warung makan merupakan usaha skala kecil yang menjual makanan dan minuman. Kebanyakan warung makan merupakan tempat makan yang sederhana dengan menu makanan tradisional yang menjadi daya tarik dari suatu usaha warung makan dan banyak dikunjungi oleh kalangan menengah kebawah, tetapi juga kalangan menengah ke atas yang ikut serta dalam

meramaikan warung makan. Ciri khas dari warung makan adalah adanya tempat makan dengan ruangan dan perabot sederhana. Meskipun demikian banyak warung makan yang menyajikan makanan dengan rasa yang sangat enak dan biasanya dijual dengan harga yang murah.

Warung Nasi Kelok merupakan bentuk bisnis usaha kecil dengan modal sendiri yang bergerak dibidang makanan sejak awal tahun 1960. Usaha ini dijalankan oleh ibu Rakmah yang bertempat tinggal di lokasi berjualan di Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman yang berjarak kurang lebih 1 (satu) kilometer dari jalan raya Padang Pariaman. Tempat yang terpencil jauh dari keramaian tidak menghalangi para konsumen untuk mencicipi hidangan khas dari Desa Talogondan tersebut. Pada saat ini Warung Nasi Kelok dikelola oleh cucu dari pendiri warung nasi kelok itu sendiri yang bernama ibu Mufida. Setelah tutup hampir 10 tahun lebih Warung Kelok kembali buka dengan menu yang banyak di incar oleh para pencinta kuliner, sehingga sampai saat ini Warung Kelok banyak dikunjungi oleh para konsumen daerah maupun masyarakat sekitar.



Gambar 1. Warung Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman adalah suatu usaha yang bergerak dibidang makanan, berusaha untuk menawarkan sesuatu yang diharapkan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi. Konsumen dapat menikmati makanan dengan berbagai menu makanan seperti gulai kepala ikan air tawar, ikan bakar, urap, sambalado hijau dan masih banyak lainnya. Warung Kelok ini terkenal akan hidangan gulai kepala ikan air tawar yang menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen, karena hidangan ini khas dari Desa Talogondan.



Gambar 2. Menu Makanan Warung Kelok

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Menurut Peter dan Olson (2016), "*Repurchase Intention* merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali". Kepercayaan yang diperoleh oleh seorang konsumen atas dasar kebaikan yang dirasakannya maka akan mendorong konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang, dan menjadi loyal terhadap produk tersebut. Sedangkan

menurut Keller (2012), minat beli ulang atau *repurchase intention* dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu: Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Joseph, *et al* (2012), Awi & Chaipoopirutana (2014), dan Pupuani & Sulistyawati (2013), faktor penentu yang memengaruhi minat pembelian ulang ada tujuh faktor, yaitu lingkungan fisik, kebaikan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan harga. Dari hasil penelitian di atas maka penulis membatasi 3(tiga) faktor *repurchase intention* konsumen yaitu kualitas pelayanan, preferensi merek, dan harga dengan kebaikan konsumen sebagai mediasi dari tiga faktor penentu *repurchase intention*.

Kualitas Pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain dengan membuat orang tersebut senang dan merasa dirinya penting. Menurut Lovelock dalam Faradisa, Budi, dan Minarsih, (2016:6) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Sedangkan preferensi merek merupakan kecintaan seseorang dengan merek tertentu atau rasa suka dengan suatu merek. Menurut Kotler & Armstrong (2013) preferensi merek adalah tingkatan dimana konsumen menginginkan produk yang diberikan oleh perusahaannya sekarang ini sebagai perbandingan pada produk yang disediakan oleh perusahaan lain dengan rangkaian pertimbangan.

Harga menurut Kotler dan Amstrong yang diahlibahasakan Bob Sabran (2016:151) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga termasuk faktor penting dalam *repurchase intention*, karena suatu barang dapat ditentukan berdasarkan harga yang ditetapkan.

Studi ini dimediasi oleh kebaikan konsumen. Kebaikan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Faktor yang mempengaruhi kebaikan konsumen terdiri dari kualitas layanan, dan harga.

Tingginya minat pengunjung untuk melakukan *repurchase intention* terhadap produk Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman maka dilakukan pengumpulan data awal. Berdasarkan survei awal penelitian pada bulan April 2023 dengan melakukan mini survei melalui proses penyebaran kuisisioner pra penelitian kepada konsumen yang pernah berkunjung ke Warung Nasi Kelok Desa Talogondan.

Tabel 1. Tinjauan Repurchase Intention Warung Nasi Kelok Desa Talogondan
n = 30

No	Komponen Pengalaman Pelanggan	Frekuensi	Presentasi
1	Ketertarikan berkunjung	29	96,6%
2	Ketertarikan pembelian ulang	28	93,3%
3	Ketertarikan mempromosikan	28	93,3%
4	Ketertarikan merekomendasikan	28	93,3%
5	Ketertarikan memberitahukan	20	66,6%

No	Komponen Pengalaman Pelanggan	Frekuensi	Presentasi
6	Ketertarikan dengan warung kelok	24	80%
7	Ketertarikan dengan menu yang ditawarkan	20	66,6%
8	Menjadikan sebagai makanan favorit	16	53,3%
9	Ketertarikan mencari informasi	24	80%
10	Ketertarikan mencari informasi lebih	10	33,3%

Sumber: Data Primer (Diolah, 2023)

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden terdapat minat transaksional pada nomor 1,2 di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan sangat tinggi, minat referensial pada nomor 3,4,5 di Warung Kelok Desa Talogondan sangat tinggi, minat preferensial pada nomor 6,7,8 sedang, dan minat eksploratif pada nomor 9,10 di Warung Kelok Desa Talogondan Rendah.

Selama melakukan observasi dan menyebarkan pra penelitian peneliti mengamati dan wawancara langsung kepada konsumen mengenai kualitas layanan, prefensi merek, dan harga di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti bahwasannya para konsumen mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik warung nasi kelok baik berdasarkan yang disampaikan oleh konsumen yang berkunjung di warung nasi kelok, sehingga para konsumen ingin kembali ke warung nasi kelok, prefensi merek yang melekat di hati para konsumen membuat konsumen selalu ingat warung kelok dan ingin kembali kesana, harga makanan di warung nasi kelok murah dan sangat terjangkau bagi kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melihat apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention dengan judul penelitian **“Peran Kebaikan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi Merek, Dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dibatasi pada peran kebaikan konsumen dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan, preferensi merek, dan harga terhadap *repurchase intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.

C. Identifikasi Masalah

1. Tampilan menu makanan yang disediakan oleh warung nasi kelok desa talogondan sesuai dengan rasa.
2. Pembeli yang sama berkunjung ke warung nasi kelok desa talogondan hampir setiap hari.
3. Konsumen yang baru pertama kali datang ke warung nasi kelok desa talogondan mendapat rekomendasi dari konsumen yang setiap hari berkunjung ke warung nassi kelok desa talogondan.
4. Nama warung nasi kelok desa talogondan diberikan oleh konsumen.
5. Para konsumen lebih memilih warung nasi kelok desa talogondan dibandingkan dengan warung nasi lain.

6. Penjual warung nasi kelok desa talogondan yang ramah terhadap seluruh konsumen .
7. Penjual merespon cepat pelanggan yang menghubungi melalui telpon seluler.
8. Harga menu makanan relatif lebih murah dibandingkan dengan warung nasi lain.

D. Rumusan Masalah

1. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*.
2. Sejauh mana pengaruh preferensi merek terhadap *repurchase intention*.
3. Sejauh mana pengaruh harga terhadap *repurchase intention*.
4. Sejauh mana pengaruh kebaikan konsumen terhadap *repurchase intention*.
5. Apakah kebaikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*.
6. Apakah kebaikan memediasi pengaruh preferensi merek terhadap *repurchase intention*.
7. Apakah kebaikan memediasi pengaruh harga terhadap *repurchase intention*.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk menganalisis peran kebaikan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan, preferensi merek, dan harga terhadap *repurchase intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.

2. Tujuan Khusus

- a. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*.
- b. Menganalisis pengaruh preferensi merek terhadap *repurchase intention*.
- c. Menganalisis pengaruh harga terhadap *repurchase intention*.
- d. Menganalisis kebaikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*.
- e. Menganalisis kebaikan memediasi pengaruh preferensi merek terhadap *repurchase intention*.
- f. Menganalisis kebaikan memediasi pengaruh harga terhadap *repurchase intention*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Warung Kelok Desa Talogondan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang seberapa jauh peran kebaikan konsumen dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan, preferensi merek, dan harga terhadap *repurchase intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman. Serta diharapkan dapat memberi masukan pada pihak Warung Nasi Kelok untuk lebih meningkatkan *repurchase intention* pengunjung terhadap produk Warung Kelok Desa Talogondan.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Menambah dan memperkaya penelitian di Program Studi D4 Manajemen Perhotelan tentang Peran Keباikan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Preferensi merek, dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* di Warung Nasi Kelok Desa Talogondan Kabupaten Padang Pariaman.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya tentang variabel lainnya yang akan dijadikan penelitian di warung nasi kelok atau di warung nasi lainnya.

4. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan. Serta peneliti mendapatkan tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian.