

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN DI KEDAI KEBUN
DHARMASRAYA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sains
Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



**AFDAL YUSRA
17135131**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

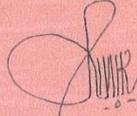
PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN DI KEDAI KEBUN DHARMASRAYA

Nama : Afdal Yusra
NIM/BP : 17135131/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

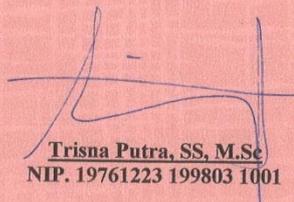
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Lise Asnur, M.Pd
NIP. 19668022 199010 2001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

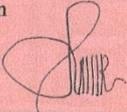
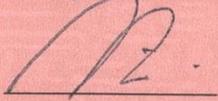
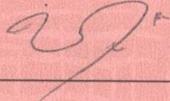
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

Judul : Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention*
Konsumen Di Kedai Kebun Dharmasraya
Nama : Afdal Yusra
NIM/BP : 17135131/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Lise Asnur, M.Pd	1. 
2. Anggota : Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si	2. 
3. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Afdal Yusra
NIM/TM : 17135131 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase intention* Konsumen Di Kedai Kebun Dharmasraya” 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,

Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc.
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



Afdal Yusra
NIM. 17135131

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. Berdasarkan 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.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Di Kedai Kebun Dharmasraya”** ini disusun sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., Selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., Selaku Ketua Departemen Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Lise Asnur, M.Pd., Selaku Dosen Penasehat Akademik dan Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian skripsi ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd., M.Si., Selaku dosen penguji 1 skripsi yang telah memberikan saran dan kritik untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, Selaku dosen penguji 2 skripsi yang telah memberikan saran dan kritik untuk penyelesaian skripsi ini.

6. Pihak Kedai Kebun yang telah membantu memberikan data dan izin yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua serta Keluarga Besar tercinta atas do'a dan dukungan yang selalu dikirimkan sehingga peneliti bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya peneliti juga berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 8 Agustus 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL	VI
DAFTAR GAMBAR.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB IPENDAHULUAN	
A.Latar Belakang	1
B.Identifikasi Masalah	6
C.Batasan Masalah	7
D.Rumusan Masalah.....	7
E.Tujuan Penelitian.....	7
F.Manfaat Penelitian.....	8
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	
A.Kajian Teori.....	9
B.Kerangka Konseptual	13
C.Hipotesis Penelitian.....	14
BAB IIIMETODE PENELITIAN	
A.Jenis penelitian.....	15
B.Tempat dan waktu penelitian	15
C.Variabel Penelitian	15
D.Definisi Operasional Variabel	16
E.Populasi dan Sampel.....	18
F.Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	20
G.Instrumen penelitian.....	21
H.Uji coba Instrumen.....	23
I.Teknis analisis Data.....	26
J.Uji Persyaratan Analisis	27
K.Pengujian Hipotesis.....	28
BAB IVHASIL PENELITIAN	30
A.Deskripsi Karakteristik Responden.....	30

B.Deskripsi Data.....	32
C.Uji Persyaratan Analisis	51
D.Uji Hipotesis	54
E.Pembahasan.....	56
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	61
A.Kesimpulan.....	61
B.Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Total Jumlah Kunjungan Konsumen Kedai Kebun 2021-2022	4
2. Jumlah Kunjungan konsumen Di Kedai Kebun.....	18
3. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	21
4. Kisi-Kisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
5. Hasil Uji Validitas.....	25
6. Reliabilitas Variabel X	25
7. Reliabilitas Variabel Y	26
8. Interpretasi Nilai R (<i>Alpha Cronbach</i>).....	26
9. Klasifikasi Skor.....	27
10. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	30
11. Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden	31
12. Distribusi Frekuensi Umur Responden.....	31
13. Distribusi Frekuensi Jumlah Berkunjung Responden	32
14. Deskripsi Data Total Variabel <i>Service Quality</i>	33
15. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Service Quality</i>	33
16. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Tangible</i>	35
17. Distribusi Frekuensi <i>Tangible</i>	35
18. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Empathy</i>	36
19. Distribusi Frekuensi <i>Empathy</i>	37
20. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Reliability</i>	38
21. Distribusi Frekuensi <i>Reliability</i>	39
22. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Responsiveness</i>	40
23. Distribusi Frekuensi <i>Responsiveness</i>	40
24. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Assurance</i>	41
25. Distribusi Frekuensi <i>Assurance</i>	42
26. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Repurchase Intention</i>	43
27. Distribusi Frekuensi <i>Repurchase Intention</i>	44
28. Data Hasil Perhitungan Statistik Minat Transaksional	45
29. Distribusi Frekuensi Minat Transaksional	45
30. Data Hasil Perhitungan Statistik Minat Eksploratif	46
31. Distribusi Frekuensi Minat Eksploratif	47
32. Data Hasil Perhitungan Statistik Minat Preferensial	48
33. Distribusi Frekuensi Minat Preferensial	49
34. Data Hasil Perhitungan Statistik Minat Referensial	50
35. Distribusi Frekuensi Minat Referensial	50
36. Hasil Uji Normalitas.....	52
37. Hasil Uji Homogenitas <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	53
38. Hasil Uji Linearitas	53
39. Hasil Koefisien Determinasi (R Square)	54
40. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana	55

41. Hasil Signifikan Uji F.....	56
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Ulasan Konsumen Sumber : Google.com(2022)	5
2. Ulasan Konsumen Sumber : Google.com(2022)	6
3. Kerangka Konseptual	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuesioner Uji Coba Penelitian.....	65
2. Tanulasi Data Uji Coba Penelitian	70
3. Hasil Uji Coba Penelitian	72
4. Kuesioner Penelitian.....	77
5. Tabulasi Data Penelitian	82
6. Analisis Data Variabel.....	88
7. Surat Izin Penelitian	93
8. Surat Balasan Izin Melakukan Penelitian	94
9. Dokumentasi Penelitian	95

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cafe di Indonesia saat ini khususnya dikota-kota besar semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha *food and beverage*. *Café* menurut Bagus (2019:363) *Cafe* adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan, *cafe* termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan alunan music. *Cafe* di Indonesia memiliki berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan, selain itu beberapa lokasi dikota kecil bahkan juga banyak bermunculan *cafe*, ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah setempat yang mempermudah perizinan mendirikan usaha. Dengan berkembang pesatnya bisnis *cafe* diberbagai wilayah Indonesia, banyak bermunculan *cafe* baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan *cafe* di Indonesia. Salah satu provinsi di Indonesia yang perkembangan *cafe* juga pesat adalah Provinsi Sumatera Barat.

Sumatera Barat memiliki jumlah penduduk mencapai 5.534.472 orang (Sumbar.bps.go.id). Dengan jumlah sebanyak itu perkembangan *cafe* di Sumatera Barat pun juga semakin maningkat, jumlah restoran/*cafe* yang terdaftar di Sumatera Barat sebanyak 1.546 (sumbar.bps.go.id). *Cafe* di Sumatera Barat memiliki berbagai daya tarik bagi wisatawan, karena

banyak *cafe* yang memiliki keunikan bentuk bangunannya, wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat bisa menikmati kuliner yang ada di *cafe-cafe* yang tersebar di seluruh kota/kabupaten yang ada di Sumatera Barat. Sebagian dari *cafe* tersebut tersebar di Kabupaten Dharmasraya.

Kabupaten Dharmasraya adalah pemekaran dari Kabupaten Sawahlunto Sijunjung yang merupakan kabupaten yang berbatasan langsung dengan Provinsi Jambi. Kabupaten Dharmasraya memiliki daya tarik bagi wisatawan dalam provinsi dan juga dari luar provinsi, salah satu yang menjadi daya tarik wisata di Kabupaten Dharmasraya adalah *cafe*. Peningkatan *cafe* yang terjadi di Kabupaten Dharmasraya menuntut para pengusaha *cafe* harus memikirkan cara untuk bertahan didalam persaingan dalam menarik perhatian dan mendapatkan loyalitas konsumen, mulai dari menu, fasilitas, cara promosi dan kualitas pelayanan. Para pengusaha *cafe* harus memiliki ide-ide yang menarik agar bisa membuat konsumen untuk datang ke *cafe* sehingga dapat mencapai kepuasan tamu. *Cafe* yang terdapat di Kabupaten Dharmasraya sebanyak 23 *cafe*.

Repurchase intention merupakan seberapa besar kemungkinan bahwa pelanggan akan terus menggunakan produk ini pada tingkat konsumsi yang sama seperti sebelumnya (Santoso, 2013:70). *Repurchase intention* merupakan niat beli ulang karena mendapatkan produk atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen yang dapat menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di kemudian hari. Adapun cara mengukur *Repurchase Intention* adalah kecenderungan konsumen untuk

selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya, kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dikonsumsinya kepada orang lain, konsumen menjadikan produk yang telah dikonsumsinya sebagai pilihan utama, keinginan konsumen untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya, menurut Wicaksono & Nurseto (2018:5).

Service quality adalah penilaian dari konsumen atas keunggulan dan keistimewaan suatu *product* atau *service* secara menyeluruh. “Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan” (Prasastono, 2012:16). Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan persepsi konsumen terhadap kualitas *product* atau jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga produk tersebut akan dinilai semakin bermutu. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, maka karyawan harus memberikan pelayanan terbaik yang dilakukan secara terus menerus agar dapat memaksimalkan kualitas *product* atau jasa.

Salah satu *cafe* yang ada di Kabupaten Dharmasraya adalah Kedai Kebun, Kedai Kebun menawarkan daya tarik yang berbeda dengan *cafe* pada umumnya, Kedai Kebun memiliki konsep yang berbeda dengan *cafe* yang lain di Kabupaten Dharmasraya dan memiliki keunikan tersendiri. Kedai Kebun mengusung konsep *outdoor* dengan lokasi yang strategis dan

dikelilingi pepohonan yang asri menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dibanding *cafe* lain. Lokasi yang strategis, tempat parkir yang luas dan aman, tempat duduk yang nyaman dan juga ada *live music*, dan juga beberapa fasilitas yang disediakan Kedai Kebun bagi konsumen.

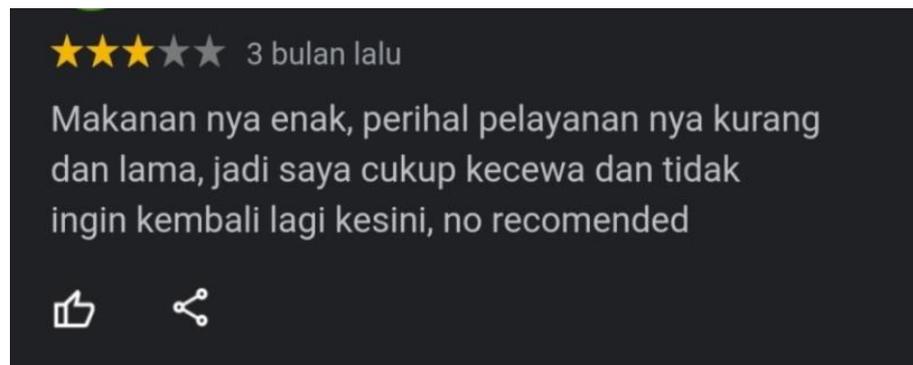
Berdasarkan pengamatan peneliti selama menjalankan observasi pada tanggal 4 Januari 2022 di Kedai Kebun dan *review* konsumen dari ulasan google peneliti menemukan masalah yang berkaitan dengan *repurchase intention* dan *service quality*, yaitu permasalahan pertama yang peneliti temukan adalah adanya penurunan jumlah konsumen dari tahun 2021 sampai 2022, dapat dilihat perbandingan jumlah konsumen pada bulan yang sama tahun berbeda pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Total Jumlah Kunjungan Konsumen Kedai Kebun 2021-2022

Bulan	Jumlah Konsumen	
	2021	2022
Agustus	1346	732
September	1159	935
Oktober	1214	878
November	1275	965
Desember	1473	1265
Total	6467	4775

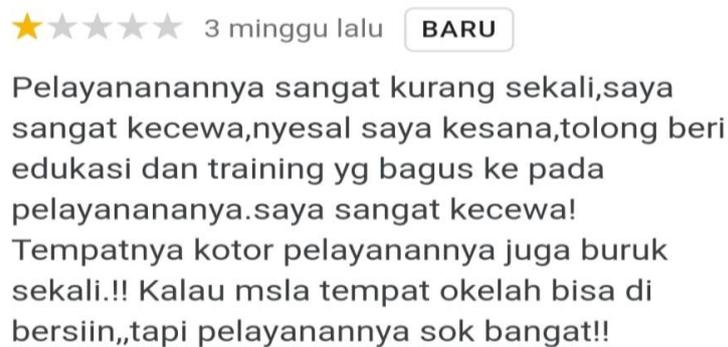
Sumber : Kedai Kebun (2022)

Masalah kedua yang peneliti temui pada observasi terdapat pada ulasan Google yaitu, konsumen merasa kecewa terhadap kualitas pelayanan yang diterima, tidak ingin melakukan pembelian kembali, dan tidak merekomendasikan Kedai Kebun kepada orang lain, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Review konsumen

Sumber : google.com (di akses pada 4 januari 2022)



Gambar 2. Review konsumen

Sumber : google.com (di akses pada 4 januari 2022)

Masalah ketiga dapat dilihat pada gambar diatas adanya konsumen yang *complaint* pada ulasan *google* dikarenakan pelayanan yang diterima konsumen tersebut pada saat berkunjung dirasa sangat kurang sekali, dan juga konsumen tersebut melihat tempatnya kotor, konsumen merasa sangat kecewa dan menyesal berkunjung Kedai Kebun.

Permasalahan terakhir yang peneliti temukan saat melakukan wawancara dengan konsumen pada Tanggal 8 Februari 2022, peneliti menemukan beberapa permasalahan terkait *service quality* dan *repurchase intention*. Konsumen yang berkunjung mengatakan pelayanan yang diberikan tergolong lambat karena pada saat konsumen sampai di Kedai

Kebun, konsumen telah menunggu cukup lama untuk memesan produk yang diminati karena menunggu pelayan mengantarkan menu ke meja konsumen, setelah menu di antarkan pelayannya pergi meninggalkan konsumen dan konsumen harus menunggu pelayannya kembali untuk menanyakan produk yang diminatinya.

Berdasarkan paparan masalah yang ditemukan oleh peneliti, adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui *service quality* berpengaruh terhadap *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun Dharmasraya. Hal ini dilakukan agar manajemen Kedai Kebun dapat mengetahui dapat mengetahui *service quality* dan pengaruhnya terhadap *repurchase intention* konsumen. Sehingga jumlah konsumen tidak menurun dan dapat dapat memenuhi target penjualan Kedai Kebun.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul penelitian tentang “**Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Konsumen Di Kedai Kebun Dharmasraya**”.

B. Identifikasi Masalah

1. Jumlah kunjungan Kedai Kebun menurun dari tahun sebelumnya.
2. Adanya ditemukan ulasan bahwa konsumen tidak ingin berkunjung kembali.
3. Terdaptnya keluhan konsumen karena menerima pelayanan yang buruk.

4. Adanya ditemukan ulasan bahwa konsumen tidak merekomendasikan untuk berkunjung ke Kedai Kebun.
5. Konsumen harus menunggu lama untuk mendapatkan informasi mengenai produk yang diminatinya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini tentang pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun Dharmasraya.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *service quality* di Kedai Kebun?
2. Bagaimana *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun?
3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Adapun tujuan penelitian dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *service quality* di Kedai Kebun.
- b. Mendeskripsikan *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun.

- c. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* konsumen di Kedai Kebun.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Manfaat untuk dapat memberikan informasi tentang *service quality* dan *repurchase intention* konsumen yang diperoleh oleh *cafe* sebagai acuan dalam meningkatkan tingkat *repurchase intention* konsumen

2. Bagi Departemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *service quality* dan *repurchase intention* konsumen.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti lain dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh *service quality* dan *repurchase intention* konsumen.

4. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh oleh peneliti adalah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Tarapan (S.ST) di Universitas Negeri Padang.