

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen Cafe Arasta Alpha Purwokerto. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya industri kuliner di Indonesia, khususnya pada subsector *coffe shop*, termasuk di Purwokerto, dimana Cafe Arasta Alpha hadir sebagai salah satu cafe modern yang mampu menarik minat konsumen melalui kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana yang ditawarkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 147 responden yang merupakan konsumen cafe Arasta Alpha Purwokerto. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan SEM-PLS yang meliputi pengujian model pengukuran (validitas dan reliabilitas), model struktural (R-Square dan F-Square), serta uji hipotesis melalui analisis pengaruh langsung dan tidak langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen di Cafe Arasta Alpha, dimana keduanya terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan. Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung kembali, sehingga menunjukkan bahwa pelayanan saja belum cukup kuat untuk mendorong konsumen melakukan kunjungan ulang tanpa adanya faktor lain. Sebaliknya, kualitas produk dan kepuasan konsumen terbukti berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali,. Selain itu, kepuasan konsumen juga terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap niat berkunjung kembali.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Niat Berkunjung Kembali

SUMMARY

This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on revisit intention through customer satisfaction as a mediating variable among customers of Café Arasta Alpha Purwokerto. The background of this study is based on the rapid growth of the culinary industry in Indonesia, particularly in the coffee shop subsector, including in Purwokerto, where Café Arasta Alpha has emerged as a modern café that attracts customers through its service quality, product quality, and overall atmosphere.

The research method used is a quantitative approach with data collected through questionnaires. The sample consists of 147 respondents who are customers of Café Arasta Alpha Purwokerto. The data analysis technique employed includes descriptive statistical analysis and SEM-PLS, covering measurement model testing (validity and reliability), structural model testing (R-Square and F-Square), and hypothesis testing through direct and indirect effect analysis.

The results show that service quality and product quality play important roles in shaping customer satisfaction at Cafe Arasta Alpha, as both have a positive effect on satisfaction. However, service quality does not have a direct effect on revisit intention, indicating that service alone is not strong enough to encourage customers to revisit without other supporting factors. In contrast, product quality and customer satisfaction have a positive effect on revisit intention. Furthermore, customer satisfaction is proven to mediate the relationship between service quality and product quality and revisit intention.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Revisit Intention