

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang di restoran Aneska Aceh Tamiang. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembeli ulang di restoran Aneska. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat pembeli ulang di restoran Aneska. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap minat pembeli ulang di restoran Aneska. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan restoran Aneska. Pengambilan sampel di gunakan sebanyak 97 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow teknik penarik simple non probability. Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert. Teknik pengolahan dan analisis data dengan menggunakan program SPSS 26. Adapun tahapan pertama uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan teknik analisis data dengan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang (Y) di restoran Aneska dengan nilai t hitung yang didapat sebesar $7.708 > 1,661$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang (Y) di restoran Aneska dengan nilai t hitung yang didapat sebesar $2.617 > 1,661$ dan nilai sig sebesar $0,010 < 0,05$. Jika dilakukan bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian ulang di restoran Aneska dengan nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $89.899 > 3,693$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Pembelian Ulang

ABSTRACT

This thesis discusses the influence of service quality and product quality on requests for repeat purchases at the Aneska Aceh Tamiang restaurant. This research aims to determine the influence of service quality on repeat buyer interest at Aneska restaurants. To determine the effect of product quality on repeat buyer interest at Aneska restaurants. To determine the influence of service quality and product quality on repeat buyer interest at Aneska restaurants. This type of research is quantitative. The population in this study were all Aneska restaurant customers. Sampling was used with as many as 97 respondents using the Lemeshow formula and the simple non-probability pulling technique. The data collection technique uses a Likert scale. Data processing and analysis techniques using the SPSS 26 program. The first stage of instrument testing is validity testing and reliability testing. Next, data analysis techniques will be carried out using classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests. The results of this research show that service quality (X1) has a positive and significant effect on repurchase interest (Y) at Aneska restaurants with a calculated t value of $7,708 > 1.661$ and a sig value of $0.000 < 0.05$. Product quality (X2) has a positive and significant effect on repurchase interest (Y) at Aneska restaurants with a calculated t value of $2,617 > 1.661$ and a sig value of $0.010 < 0.05$. If done together, service quality and product quality have a significant positive effect on repurchase interest at Aneska restaurants with a calculated f value greater than f table, namely $89,899 > 3.693$ with a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Repurchase Intention