

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP NIAT BELI ULANG (STUDI KASUS TERHADAP *COFFEE SHOP* RODA KOPI)

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang semakin maju mengharuskan para pemilik bisnis untuk meningkatkan kekuatan dalam usahanya dengan memunculkan perbedaan dan keunikan yang dimiliki, apalagi untuk pemilik usaha café. Dalam bisnis café kualitas pelayanan dan lokasi merupakan faktor penting dalam mempengaruhi konsumen untuk berkunjung kembali dan membeli produk tersebut. Roda Kopi merupakan salah satu *coffee shop* di kota Bandung yang menjual berbagai macam makan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap niat beli. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung Roda Kopi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus bernaouli, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji T, uji R², dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat beli sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap niat beli. Dilihat dari hasil uji T menunjukkan hasil variabel kualitas pelayanan sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai *unstandrized coefficient beta* sebesar 0,264. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan suatu *coffee shop* sedangkan variable lokasi dengan singnifikansi sebesar $0,935 > 0,05$ dan nilai *unstandrized coefficient beta* sebesar 0,007. Hal ini mengindikasikan bahwa *coffee shop* yang mudah ditemukan dan dijangkau tidak dapat meningkatkan niat beli ulang pada produk *coffee shop*.

Kata kunci: *Kualitas pelayanan, lokasi, niat beli ulang*

The Influence of Service Quality and Location on Repurchase Intention
(A Case Study of Roda Kopi Coffee Shop)

Raihan Ahmad Resad

ABSTRACT

The increasingly competitive business landscape compels business owners, especially in the café industry, to enhance their strengths by introducing distinctiveness and uniqueness. In the café business, service quality and location are pivotal factors that influence consumers to revisit and repurchase products. Roda Kopi is one of the coffee shops in the city of Bandung that offers a variety of food and beverages to meet the needs of the community. This study aims to investigate the impact of service quality and location on repurchase intention. The research methodology employed is quantitative in nature. The study's population consists of Roda Kopi visitors. The sample was determined using the Bernoulli formula, resulting in a total of 110 respondents. Data analysis methods employed in this research include the T-test, R² test, and multiple linear regression analysis. The research findings reveal that service quality significantly affects repurchase intention, whereas location does not. The T-test results indicate a significance level of $0.002 < 0.05$ for the service quality variable, with an unstandardized coefficient beta value of 0.264. This suggests that higher service quality in a coffee shop enhances repurchase intention. Conversely, the location variable exhibits a significance level of $0.935 > 0.05$, with an unstandardized coefficient beta value of 0.007, indicating that an easily accessible and visible coffee shop does not boost repurchase intention for coffee shop product

Keywords: service quality, location, repurchase intention