

ABSTRAK

Minat beli ulang merupakan salah satu indikator penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis, karena konsumen yang kembali membeli menunjukkan adanya kepuasan dan loyalitas terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam industri makanan dan minuman yang sangat kompetitif, menciptakan pengalaman konsumen yang positif menjadi faktor kunci untuk mendorong pembelian ulang. Kualitas pelayanan dan harga yang sesuai menjadi dua aspek yang seringkali mempengaruhi keputusan konsumen dalam mempertahankan preferensinya terhadap suatu merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap harga dan kualitas pelayanan di Donatsu, serta menganalisis pengaruh keduanya secara parsial maupun simultan terhadap minat beli ulang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan teknik *probability sampling* dalam pengambilan sampel. Pengolahan data dilakukan dengan analisis jalur, koefisien korelasi, koefisien determinasi, pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik harga maupun kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Penetapan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat beli ulang. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi Donatsu dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan layanan untuk mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang, Donatsu

ABSTRACT

Repurchase intention is one of the key indicators in maintaining business sustainability, as returning customers reflect satisfaction and loyalty toward the products or services offered. In the highly competitive food and beverage industry, creating a positive consumer experience is essential to encouraging repeat purchases. Service quality and appropriate pricing are two factors that often influence consumers' decisions to remain loyal to a particular brand. This study aims to examine consumer responses toward price and service quality at Donatsu, as well as analyze their partial and simultaneous effects on repurchase intention. The research uses a quantitative method with a descriptive and verification approach, employing probability sampling techniques in data collection. Data were analyzed using path analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results show that both price and service quality have a significant influence on repurchase intention. Appropriate pricing and good service quality can increase consumers' willingness to repurchase. These findings are expected to serve as a foundation for Donatsu in developing marketing strategies and improving service performance to retain customers.

Keywords: *Price, Service Quality, Repurchase Intention, Donatsu*