

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode survei pada konsumen UMKM Takoyaki Secret yang pernah atau sudah mengonsumsi produk Takoyaki yang dijual dan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis SEM dalam menganalisis datanya. Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Peran Lokasi Usaha, Kualitas Layanan, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Niat Membeli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh peran lokasi usaha, kualitas layanan, dan pengalaman konsumen terhadap niat membeli ulang dengan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen Takoyaki Secret Purwokerto.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan aplikasi AMOS menunjukkan bahwa : (1) Lokasi usaha berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang, (2) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang, (3) Pengalaman Konsumen berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang, (4) Lokasi usaha tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (5) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (6) Pengalaman konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (7) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang, (8) Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh positif lokasi usaha terhadap niat membeli ulang, (9) Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh positif kualitas layanan terhadap niat membeli ulang, (10) Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh positif pengalaman konsumen terhadap niat membeli ulang

Implikasi dan kesimpulan di atas yaitu penelitian ini diharapkan untuk UMKM yang bergerak di bidang kuliner terutama jajanan untuk dapat meningkatkan layanan yang diberikan kepada konsumennya dan memberikan kesan atau pengalaman yang menarik agar konsumen merasa puas dan memiliki niat untuk membeli kembali produk, yaitu dengan melakukan evaluasi secara berkala terhadap konsumen, memberikan diskon atau potongan harga yang menarik, dan meningkatkan kualitas produktivitas pegawai atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat proses bertransaksi.

Kata Kunci : Lokasi Usaha, Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Ulang, UMKM.



SUMMARY

This research is a study that uses a survey method on Takoyaki Secret SME consumers who have consumed or have consumed Takoyaki products that are sold and uses a quantitative SEM-based approach in analyzing the data. This research takes the title "The Influence of the Role of Business Location, Service Quality, and Consumer Experience on Repurchase Intentions with Customer Satisfaction as a Mediating Variable". The purpose of this study was to determine the effect of the role of business location, service quality, and consumer experience on repurchase intentions through customer satisfaction as a mediating variable for Takoyaki Secret Purwokerto consumers.

Based on the results of research and data analysis using the AMOS application shows that: (1) Business location has a positive effect on repurchase intention, (2) Service quality has a positive effect on repurchase intention, (3) Consumer Experience has a positive effect on repurchase intention, (4) Business location has no positive effect on customer satisfaction, (5) Service quality has a positive effect on customer satisfaction, (6) Consumer experience has a positive effect on customer satisfaction, (7) Customer satisfaction has a positive effect on repurchase intentions, (8) Customer satisfaction does not mediate the positive effect of business location on repurchase intention, (9) Customer satisfaction mediates the positive effect of service quality on repurchase intention, (10) Customer satisfaction mediates the positive effect of consumer experience on repurchase intention

The implications and conclusions above are that this research is expected for MSMEs engaged in the culinary field, especially snacks, to be able to improve the services provided to their consumers and provide an interesting impression or experience so that consumers feel satisfied and have the intention to repurchase the product, namely by conducting an evaluation regularly to consumers, provide attractive discounts or discounts, and improve the quality of employee productivity or employees in providing services to consumers during the transaction process.

Keywords :Business Location, Service Quality, Customer Experience, Customers Satisfaction, Repurchase Intentions, SME.

