

HALAMAN MOTTO

“ Bukan tentang seberapa cepat menyelesaikan, tapi tentang komitmen seorang pria untuk menuntaskan apa yang telah ia mulai.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukanto dan Ibu Sulinah. Pahlawan tanpa tanda jasa dalam hidup saya. Terimakasih atas cinta yang tak bersyarat, tetesan keringat, air mata, serta doa yang tiada henti untuk anakmu ini.
2. Saudara dan segenap keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
3. Yayasan Gereja Frieda Baumann Stiftung. Terimakasih atas kepercayaan, dukungan moral, serta bantuan pembiayaan kuliah yang telah diberikan kepada saya. Bantuan ini bukan sekedar bantuan finansial, melainkan jembatan yang telah mengubah mimpi saya menjadi kenyataan. Semoga dedikasi mulia yayasan senantiasa diberkati dan terus menjadi saluran berkat bagi banyak orang.
4. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, arahan dan nasehatnya dalam penyusunan skripsi.
5. Teman-teman MJRC angkatan 2022 serta semua teman terdekat yang selalu memberikan dukungan dan berjuang bersama dari awal semester hingga hari kelulusan ini.
6. Almamater yang saya banggakan UNIVERSITAS PUTRA BANGSA KEBUMEN.
7. Kepada diri saya sendiri, terimakasih karena tidak menyerah, terimakasih telah bertahan melewati malam-malam panjang yang melelahkan, revisi yang tak kunjung usai dan keraguan yang sempat singgah. *You did a great job.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel pemediasi pada pelanggan Kopi Sakiyo Kebumen. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis Google Forms. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* terhadap 100 responden yang merupakan pelanggan Kopi Sakiyo. Variabel penelitian meliputi *food quality* (X_1), *service quality* (X_2), *customer satisfaction* (Y_1), dan *repurchase intention* (Y_2). Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan inferensial meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t), analisis jalur (*path analysis*), dan Uji Sobel dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *Food quality* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention*, *Service quality* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention*, *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *Customer satisfaction* tidak memediasi pengaruh *food quality* terhadap *repurchase intention*, *Customer satisfaction* terbukti berperan sebagai pemediasi penuh (*full mediation / indirect-only mediation*) pada hubungan antara *service quality* dan *repurchase intention*. Keterbatasan penelitian ini terletak pada dominasi responden dari kalangan pelajar/mahasiswa (71%), rendahnya daya beli/penghasilan responden yang mayoritas belum berpenghasilan mandiri, serta keterbatasan generalisasi hasil penelitian yang hanya berfokus pada satu objek kedai kopi di tingkat lokal Kebumen.

Kata Kunci: *Food quality, Service quality, Customer satisfaction, Repurchase intention, Full Mediation.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of food quality and service quality on repurchase intention, with customer satisfaction acting as a mediating variable, among customers of Kopi Sakiyo Kebumen. Data collection was conducted using a Google Forms-based questionnaire. A non-probability sampling technique—specifically purposive sampling was employed, involving 100 respondents who were customers of Kopi Sakiyo. The research variables included food quality (X1), service quality (X2), customer satisfaction (Y1), and repurchase intention (Y2). Data analysis utilized descriptive and inferential statistics, including instrument testing, classical assumption testing, hypothesis testing (t-test), path analysis, and the Sobel test, with the aid of SPSS 25 software. The results indicate that: Food quality has a significant effect on customer satisfaction; service quality has a significant effect on customer satisfaction; food quality does not have a significant direct effect on repurchase intention; service quality does not have a significant direct effect on repurchase intention; customer satisfaction has a significant effect on repurchase intention; customer satisfaction does not mediate the effect of food quality on repurchase intention; and customer satisfaction acts as a full mediator (full mediation/indirect-only mediation) in the relationship between service quality and repurchase intention. The study's limitations include the dominance of student respondents (71%), the low purchasing power/income of respondents (the majority of whom do not yet earn an independent income), and the limited generalizability of the findings, as the study focused on a single coffee shop in the local Kebumen area.

Keywords: Food quality, Service quality, Customer satisfaction, Repurchase intention, Full mediation.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih karunia, penyertaan, dan kekuatan yang melimpah dari-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH FOOD QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI PEMEDIASI (Studi pada pelanggan Kopi Sakiyo Kebumen). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat bimbingan, nasehat serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan, bimbingan, petunjuk, saran, serta nasehat yang tidak ternilai harganya dalam penyelesaian skripsi ini. Berkaitan dengan hal tersebut penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan motivasi yang membangun kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Bapak/Ibu dosen dan staff Universitas Putra Bangsa yang dengan tulusnya memberikan ilmu dan dukungan serta pelayanan dalam menunjang skripsi para mahasiswa
3. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

4. Seluruh responden konsumen Kopi Sakiyo Kebumen yang telah bersedia mengisi kuesioner.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Kebumen, 27 Juli 2026

Yonatan Karlitos



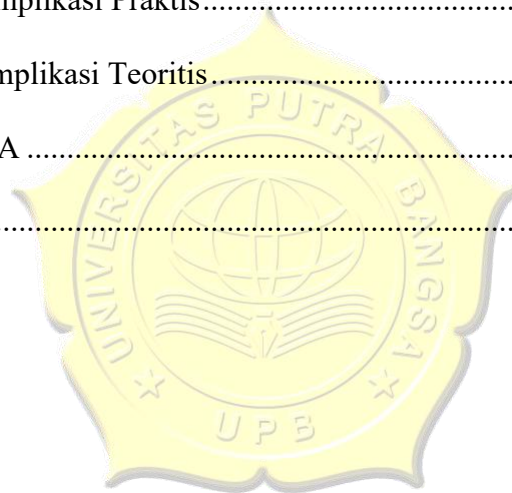
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Tinjauan Teori	19
2.1.1. <i>Repurchase Intention</i>	20
2.1.2. <i>Customer satisfaction</i>	23

2.1.3. <i>Service quality</i>	26
2. Indikator <i>Service quality</i>	28
2.1.4. <i>Food quality</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Hubungan Antar Variabel	42
2.4. Model Empiris.....	47
2.5. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.1.1. Objek Penelitian.....	49
3.1.2. Subjek Penelitian	49
3.2. Variabel Penelitian.....	49
3.2.1. Variabel Terikat (dependen/emdogen)	50
3.2.2. Variabel Bebas (independent/eksogen)	50
3.2.3. Variabel Mediasi (intervening).....	50
3.3. Definisi Operasional Variabel	50
3.3.1. Variabel Terikat (Y2).....	51
3.3.2. Variabel Mediasi (Y1)	52
3.3.3. Variabel Bebas (X)	52
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	54
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	56
3.5.1. Jenis Data.....	56
3.5.2. Teknik Pengambilan Data.....	57

3.6. Populasi dan Sampel.....	58
3.6.1 Populasi.....	59
3.6.2. Sampel	59
3.7. Teknik Analisis	61
3.7.1. Analisis Deskriptif	61
3.7.2. Analisis Kuantitatif.....	62
3.8. Alat Analisis Data.....	62
3.8.1. Uji Instrumen	62
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.3. Uji Hipotesis	69
3.8.4. Analisis Kolerasi.....	72
3.8.5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	72
3.8.6. Diagram Jalur.....	77
3.8.7. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	77
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1. Analisis Deskriptif.....	79
4.1.1. Profil Kopi Sakiyo Kebumen.....	79
4.1.2. Profil Responden.....	81
4.2. Analisis Statistik	86
4.2.1. Uji Instrumen	86
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	91
4.2.3. Uji Hipotesis	98
4.2.4. Analisi Korelasi	104

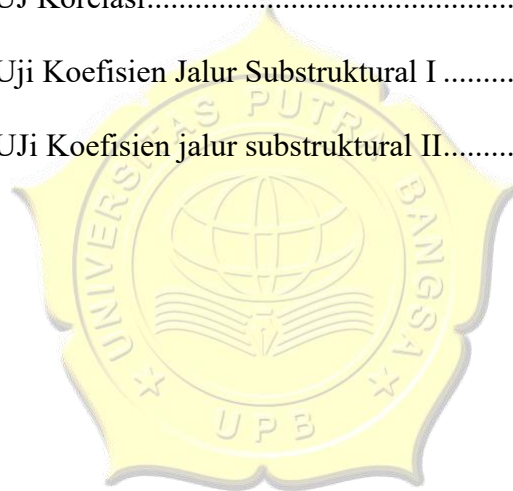
4.2.5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	105
4.2.6. Diagram Jalur	113
4.2.7. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	114
4.3. Pembahasan	117
BAB V SIMPULAN	122
5.1. Simpulan.....	122
5.2. Keterbatasan	123
5.3. Implikasi.....	126
5.3.1 Implikasi Praktis.....	126
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	130
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN.....	138



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Daftar Rating dan Ulasan <i>Cafe</i> di Kabupaten Kebumen	6
Tabel I - 2 Observasi Niat Beli Ulang Pelanggan Kopi Sakiyo Kebumen	7
Tabel I - 3 Hasil Mini Riset Pada Pelanggan Kopi Sakiyo Kebumen	8
Tabel II - 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	38
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Repurchase Intention</i>	51
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Service Quality</i>	53
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Food Quality</i>	54
Tabel IV - 1 Reponden Berdasarkan Domisili	81
Tabel IV - 2 Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel IV - 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel IV - 4 Responden Berdasarkan Penghasilan	85
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas <i>Food Quality</i>	88
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	88
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	89
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	89
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel IV - 10 Hasil Uji Normalitas Substruktural I Dependen <i>Customer Satisfaction</i> (YI)	92

Tabel IV - 11 Hasil Uji Normalitas Substruktural II Dependen <i>Repurchase Intention</i> (Y2)	93
Tabel IV - 12 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural I.....	94
Tabel IV - 13 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural II.....	94
Tabel IV - 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I.....	99
Tabel IV - 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	101
Tabel IV - 16 Hasil Uji R ² Substruktural I	103
Tabel IV - 17 Hasil Uji R ² Substruktural II.....	104
Tabel IV - 18 Hasil Uji Korelasi.....	105
Tabel IV - 19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I	107
Tabel IV - 20 Hasil Uji Koefisien jalur substruktural II.....	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	47
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural I.....	96
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural II.....	97
Gambar IV - 3 Diagram Jalur.....	113
Gambar IV - 4 Hasil Uji Sobel Substruktural I.....	115
Gambar IV - 5 Hasil Uji Sobel Substruktural II	116



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner.....	138
Lampiran II. Tabulasi Data Kuesioner.....	146
Lampiran III. Identitas Responden.....	154
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas	158
Lampiran V. Hasil Uji Reliabilitas	160
Lampiran VI. Hasil Uji Normalitas.....	162
Lampiran VII. Hasil Uji Multikolinearitas.....	163
Lampiran VIII. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	164
Lampiran IX. Hasil Uji Hipotesis dan Uji Analisis Jalur.....	165
Lampiran X. Hasil Uji Analisis Korelasi.....	167
Lampiran XI. Tabel r.....	168
Lampiran XII. Tabel t	171
Lampiran XIII. Kartu Konsultasi Skripsi.....	174
Lampiran XIV. Kartu Seminar.....	175