

## ABSTRAK

**MIA DAMAYANTI, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan (Pada Industri Kuliner di Wilayah Tangerang). (Dibimbing oleh Hasyim).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Pada Industri Kuiner di Wilayah Tangerang. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan *quota sampling* sebanyak 100 responden. Responden penelitian ini adalah Pelanggan yang berusia 17 tahun ke atas karena dianggap batas usia minimal tersebut sudah dapat mengerti setiap pertanyaan dalam kuesioner. Pelanggan yang sedang berada di Tong Tji Tea House dan sudah pernah berkunjung serta membeli produk yang ditawarkan Tong Tji Tea House minimal 2 kali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisi Jalur, dan *Sobel Test*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis jalur dan *sobel test* menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung yaitu kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan lebih kecil dari pengaruh langsungnya yaitu kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap minat beli ulang sehingga dalam hal ini variabel kepuasan pelanggan tetap menjadi variabel intervening tetapi sebagai intervening parsial.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*The Influence of Service Quality, Price and Brand Image to Repurchase Intention through Customer Satisfaction in the culinary industry in Tangerang area. (Supervised by Hasyim).*

*This study aims to determine the effect of Service Quality, Price and Brand Image on Repurchase Intention through Customer Satisfaction in the Culinary Industry in Tangerang Region. The research method used in sampling is by using purposive sampling method by determining the number of samples using quota sampling counted 100 respondents. Respondents of this study are Customers aged 17 years and over because it is considered that the minimum age limit is able to understand each question in the questionnaire. Customers who are in Tong Tji Tea House and have been to visit and buy products offered Tong Tji Tea House at least 2 times. Data analysis techniques used in this study are Test Validity, Test Reliability, Line Analysis, and Sobel Test.*

*The result of research based on path and sobel test shows that the indirect effect of service quality, price and brand image to repurchase intention through customer satisfaction is less than the direct influence of the service quality, price and brand image to the repurchase intention so that in this case variable customer satisfaction remains an intervening variable but as a partial intervening.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Brand Image, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*