

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen ,kemudian seberapa besar pengaruh sikap konsumen itu sendiri terhadap minat beli ulang konsumen pada Semerbak Coffee tembalang Semarang. Penelitian ini dilakukan berdasar observasi awal di lapangan dan data-data internal perusahaan,kemudian di dapatkan sebuah masalah bahwa terjadi fluktuatif jumlah minat beli ulang konsumen di Semerbak Coffee Tembalang Semarang.

Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Penelitian dilakukan dengan pembagian kuesioner yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari analisis tersebut diperoleh hasil regresi : **1).** Kualitas produk berpengaruh signifikan ,dengan koefisien regresi sebesar 0,288 terhadap sikap konsumen. **2).** Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan ,dengan koefisien regresi sebesar 0,443 terhadap sikap konsumen. **3).** Sikap Konsumen berpengaruh signifikan ,dengan koefisien regresi sebesar 0,489 terhadap minat beli ulang.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diteliti masing-masing terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen sikap konsumen,dan variabel sikap konsumen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen minat beli ulang. Kemudian melalui uji F menunjukkan bahwa kedua variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diteliti terbukti secara signifikan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen sikap konsumen,dan variabel sikap konsumen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen minat beli ulang. Adjusted R Square pada sikap konsumen, diperoleh sebesar 0,337. Hal ini berarti 33,7 % variabel sikap konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 66,3 % variabel sikap konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adjusted R Square pada minat beli ulang, diperoleh sebesar 0,231. Hal ini berarti 23,1 % variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel sikap konsumen. Sedangkan sisanya 76,9 % dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi sikap konsumen dan sikap konsumen mempengaruhi minat beli ulang. Dengan demikian, dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan di Semerbak Coffee Tembalang , maka akan terbentuk sikap konsumen yang positif dimana akan mempengaruhi minat beli ulang konsumen di Semerbak Coffee Tembalang Semarang.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Pelayanan, Sikap Konsumen dan Minat Beli Ulang.**