

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keadilan pelayanan dan kenyamanan pelayanan terhadap niat beli ulang, dengan *customer engagement behavior* sebagai variabel mediasi dan menjadikan StarbucksCoffee Indonesia objek dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, keadilan pelayanan dan kenyamanan pelayanan sebagai variabel bebas, hubungan perilaku pelanggan sebagai variabel mediasi dan niat beli ulang sebagai variabel terikat. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian produk Starbucks minimal satu kali.jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 130 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap hubungan perilaku pelanggan, keadilan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan perilaku pelanggan, kenyamanan pelayanan berpengaruh negatif terhadap hubungan perilaku pelanggan dan hubungan perilaku pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keadilan Pelayanan, Kenyamanan Pelayanan, Hubungan Perilaku Pelanggan, Niat Beli Ulang.