

## ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi adalah pada minat pembelian ulang Rindu Coffee, Tembalang yang diindikasikan dari penurunan omset penjualan Rindu Coffee, Tembalang selama satu tahun terakhir. Berdasarkan hasil komplain pelanggan, didapati terdapat ketidakpuasan dari pelanggan Rindu Coffee, Tembalang yang diduga disebabkan oleh persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas layanan. Hal ini juga didukung dengan adanya riset gap dari hasil penelitian terdahulu yang saling bertolak belakang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang pelanggan Rindu Coffee, Tembalang.

Populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rindu Coffee, Tembalang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang pelanggan Rindu Coffee, Tembalang yang pernah melakukan pembelian di Rindu Coffee lebih dari dua kali dalam satu bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *path analysis*.

Berdasarkan penelitian, persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang pelanggan Rindu Coffee, Tembalang.

Kata Kunci: persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang