

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor pendorong yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa dari CV. Angkasa Tuban. Sehingga harapannya dengan adanya penelitian ini perusahaan mampu meningkatkan dan mengetahui keinginan konsumen dalam mencapai sebuah kepuasan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif Sample responden pada penelitian ini adalah sebanyak 88 responden yang merupakan konsumen dari CV. Angkasa. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan *Software* SPSS 21. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai sig $0.049 < 0.05$, sedangkan nilai koefisien regresi variabel Kelengkapan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai sig $0.033 < 0.05$, dan untuk variabel Minat Beli Ulang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai sig $0.007 < 0.05$. Nilai uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $8.998 > F$ tabel 3.10 dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, yang artinya ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Fasilitas, dan Minat Beli Ulang secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Hasil uji T variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai t hitung sebesar $1.999 > t$ tabel yaitu sebesar 1.98729, yang artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, hasil uji T variabel Kelengkapan Fasilitas mempunyai nilai t hitung sebesar $2.169 > t$ tabel yaitu sebesar 1.98729, yang artinya variabel Kelengkapan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan hasil uji T variabel Minat Beli Ulang mempunyai nilai t hitung sebesar $2.749 > t$ tabel yaitu sebesar 1.98729, yang artinya variabel Minat Beli Ulang berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Fasilitas, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This research was conducted using a quantitative approach. The sample of respondents in this study were 88 respondents who were consumers of CV. Angkasa. The test tool used is multiple linear regression analysis technique with SPSS 21 software. After testing the proposed hypothesis, the regression coefficient value of the Service Quality variable on Purchase Interest has a significant effect with a sig value of $0.049 < 0.05$, while the regression coefficient value of the Completeness of Facilities variable Buying Interest has a significant effect with a sig value of $0.033 < 0.05$, and the Consumer Satisfaction variable has a significant effect on Buying Interest with a sig value of $0.007 < 0.05$. The F test value in this study shows that the calculated F value is $8,998 > F$ table 3.10 with a significant level of $0.000 < 0.05$, which means that the three independent variables, namely Service Quality, Completeness of Facilities, and Consumer Satisfaction simultaneously affect Purchase Interest. The results of the T-test of the Service Quality variable have a t-count value of $1.999 > t$ -table which is 1.98729, which means that the Service Quality variable has a partial effect on Purchase Interest, the T-test results for the Completeness of Facilities variable has a t-count value of $2.169 > t$ -table which is 1.98729, which means that the Completeness of Facilities variable has a partial effect on Purchase Interest, while the results of the T test of the Consumer Satisfaction variable have a t-count value of $2.749 > t$ table, which is 1.98729, which means that the Consumer Satisfaction variable has a partial effect on Purchase Intention.

Keywords: Quality of Service, Completeness of Facilities, Consumer Satisfaction, Purchase Interest