

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM BOCI DAY *DELIVERY*
YOGYAKARTA**

Rigita Ayu Maharani¹, Krisna Mutiara Wati²

INTISARI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61,07% terhadap PDB pada 2021. Sektor kuliner, khususnya baso aci, menunjukkan potensi besar di tengah persaingan bisnis yang ketat. Boci Day, sebagai UMKM yang memanfaatkan tren baso aci, menawarkan variasi menu kekinian dan menawarkan layanan *delivery*. Meskipun mengalami fluktuasi penjualan, Boci Day *delivery* berupaya meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk mengoptimalkan minat beli ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pada UMKM Boci Day *Delivery* Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dan bantuan *software* Smart PLS versi 4. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Boci Day *Delivery* Yogyakarta berjumlah 119 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Minat

Beli Ulang

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
REPURCHASE INTENTION MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
IN BOCI DAY DELIVERY MSMEs YOGYAKARTA***

Rigita Ayu Maharani¹, Krisna Mutiara Wati²

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economic growth, contributing 61.07% to the GDP in 2021. The culinary sector, particularly baso aci, demonstrates significant potential amidst intense business competition. Boci Day, as an MSME capitalizing on the baso aci trend, offers a variety of contemporary menu options and delivery services. Despite experiencing fluctuations in sales, Boci Day is committed to enhancing product and service quality to optimize consumer repurchase intentions. This study aims to analyze the impact of product and service quality on repurchase intentions mediated by consumer satisfaction at Boci Day Delivery Yogyakarta. A quantitative research method employing Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS) and Smart PLS version 4 software was utilized. Data were collected through questionnaires distributed to 119 respondents from Boci Day Delivery Yogyakarta. The findings indicate that both product and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction, which in turn positively influences repurchase intentions. Furthermore, product and service quality significantly affect repurchase intentions with consumer satisfaction acting as a mediating variable.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction*

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta