

**Pengaruh *Price Perception*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* terhadap
Repurchase Intention Konsumen *Coffee Shop Bacarito Kopi*
di Kota Padang**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:


KEMALA MERNISI HAYATI

1710523034

Dosen Pembimbing:

Dra. Yanti, M.M

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
SEPTEMBER 2021

	No. Alumni Universitas	KEMALA MERNISI HAYATI	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Pondok Tinggi/12 September 1998, b) Nama Orang Tua : Jonhardi dan Herlinda, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP: 1710523034, f) Tanggal Lulus: 30 September 2021, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3.41 , i) Lama Studi: 4 Tahun 1 Bulan, h) Alamat Orang Tua: Muara Labuh, Kecamatan Sungai Pagu, Kabupaten Solok Selatan.		

PENGARUH PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REPURCHASE INTENTION KONSUMEN COFFEE SHOP BACARITO KOPI DI KOTA PADANG

Skripsi oleh : *Kemala Mernisi Hayati*
Pembimbing : *Dra. Yanti, MM*

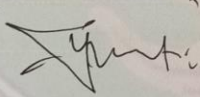
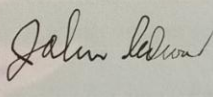
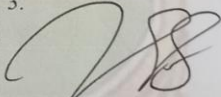
ABSTRAK

Trend minuman kopi yang semakin berkembang pada saat ini menyebabkan persaingan yang sangat pesat antar *coffee shop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price perception*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *repurchase intention*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *offline* dan *online* kepada 150 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, kemudian data di olah dan di uji menggunakan *software SmartPLS* versi 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *price perception* dan *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Sedangkan *perceived value* berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Price Perception, Service Quality, Perceived Value dan Repurchase Intention.*

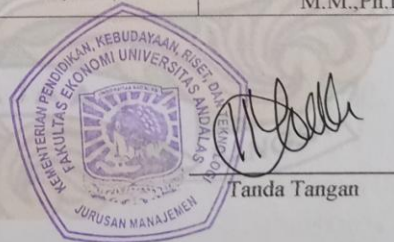
Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 30 September 2021.

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dra. Yanti, M.M	John Edwar, S.E., M.M	Sari Lenggogeni, S.E., M.M., Ph.D.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D.
NIP. 197106242006041007



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan