

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WARKOP  
ABRORO KECAMATAN GLAGAH LAMONGAN**

**AHMAD MUNTAHA**  
**NM : 041910088**

**ABSTRACT**

*In the current era, technological developments have greatly influenced the level of mindset and culture in society. There are many contemporary places that have just opened, especially businesses in coffee shop. Nowadays, the development of coffee shop is growing fast, therefore, the competition raised among them. The purpose of this research is to find out how the effect of service quality, product quality and price on the intention to return at Abror coffee shop. Therefore, it is proposed in the following hypothesis: service quality, product quality and price have a partial and simultaneous influence, and it is assumed that the service quality variable is the most dominant variable influencing the intention to return.*

*In addition, this research is a quantitative study that aims to test the hypotheses that have been established and tested using the SPSS 26 analysis tool. In this study, there were 100 respondents from 5,500 populations taken from visitor data at Abror coffee shop Glagah Lamongan District.*

*Moreover, the results of the analysis show that all data collected is valid and reliable, there are no multico and hetero. The results of the SPSS output also show that the value ( $r^2$ ) is 0.799. From the  $t$ -table calculation, the results are 1.98498 and  $t$  count  $x_1$  is 4.304, and  $x_2$  is 4.584, and  $x_3$  is 3.210 and  $f$  table is 2.70 which shows that there is an effect simultaneously or together. Meanwhile, from the multiple linear regression test, the value of  $y = 0.950 + 0.1551 + 0.0952 + 0.1433$  is obtained.*

*The conclusion of this study is that there is a partial effect which is shown based on the  $t$ -test explaining that the variables of service quality, product quality and price have a significant effect on the intention to visit again. There is a simultaneous effect which is known from the  $f$  test that the variables of service quality, product quality and price have a significant effect on the intention to return. And it is known that the variable of service quality is the variable that most dominantly influences the intention to return.*

**Keywords: Service Quality, Product Quality, And Price, Repetitive Visiting Interest.**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WARKOP  
ABRORO KECAMATAN GLAGAH LAMONGAN**

**AHMAD MUNTAHA**  
**NM : 041910088**

**RINGKASAN**

Pada era saat ini perkembangan teknologi banyak mempengaruhi pola pikir tingkat dan budaya dalam masyarakat. Banyak tempat-tempat kekinian yang baru buka terutama usaha dalam warkop semakin banyak warkop yang baru buka, maka terjadi persaingan antar warkop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat berkunjung kembali di warkop *Abror*, sehingga diajukan hipotesis sebagai berikut: kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan, dan diduga variabel kualitas pelayanan adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan diuji menggunakan alat analisis spss 26 dalam penelitian ini terdapat 100 responden dari 5,500 populasi yang diambil dari data pengunjung warkop *Abror* kecamatan glagah lamongan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua data yang terkumpul valid dan reliabel, tidak ada multiko dan hetero. Hasil dari output spss juga menunjukkan bahwa nilai ( $r^2$ ) sebesar 0,799. Dari perhitungan t-tabel didapatkan hasil sebesar 1,98498 dan t-hitung  $x_1$  sebesar 4,304, dan  $x_2$  sebesar 4,584, dan  $x_3$  sebesar 3,210 dan f tabel sebesar 2,70 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama. Sedangkan dari uji regresi linear berganda didapatkan nilai  $y = 0,950 + 0,1551x_1 + 0,0952x_2 + 0,1433x_3$ .

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan uji t yang menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Terdapat pengaruh secara simultan yang diketahui dari uji f bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, minat berkunjung kembali.**