

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN, PENERIMAAN HARGA, DAN
KEPERCAYAAN PADA NIAT
MEMBELI KEMBALI
(Studi Pada: Konsumen Kedai Kopi)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh
Sidang Sarjana Strata 1 (S-1)**

Oleh

KHAIRUNNISSA MAWARDIN

1652101



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2019**

***THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER
SATISFACTION, PRICE ACCEPTANCE AND TRUST ON
REPURCHASE INTENTION***

(Study On: Coffee Shop Customers)

A THESIS

***In Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of
Bachelor of Science in Management***

By

KHAIRUNNISSA MAWARDIN

1652101



BACHELOR PROGRAM IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY

BANDUNG

2019

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas kehendaknya skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN, PENERIMAAN HARGA, DAN KEPERCAYAAN PADA NIAT MEMBELI KEMBALI” ini dapat diselesaikan dan disusun dengan baik dan selesai tepat waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, penerimaan harga, dan kepercayaan pada niat membeli kembali yang dilakukan pada pelanggan kedai kopi.

Mungkin penulisan tugas akhir ini belum sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan ilmu dan pengetahuan dari penulis. Meskipun begitu, penulis tetap termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sungguh-sungguh.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan dorongan dari orang-orang disekitar saya. Dengan ini saya menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang ataupun pihak-pihak yang terlibat:

1. Ibu Nonie Magdalena, S.E., M.Si., sebagai dosen pembimbing saya yang telah membimbing dan memberikan ilmunya hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Tan Ming Kuang, Ak., C.A., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
3. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, M.T., selaku Wakil I Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
4. Bapak Dr.Peter, S.E., M.T. selaku Wakil II Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
5. Bapak Dr.Jahja Hamdani Widjaja, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
6. Ibu Herlina S.E., M.T., selaku dosen wali saya yang mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Bapak Rully Arlan Tjahyadi., S.E., M.Si, selaku dosen mata kuliah Seminar Manajemen Pemasaran yang telah memberikan masukan selama penyelesaian tugas akhir ini.
8. Seluruh Dosen dan staf pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada saya.
9. Kepada orang tua dan keluarga saya yang tiada henti memberikan dorongan dan dukungan berupa doa maupun materi selama menjalani perkuliahan di Universitas Kristen Maranatha ini.
10. Kepada Febri yang telah tulus membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabat sekaligus teman seperjuangan saya selama berkuliah di Universitas Kristen Maranatha yang sedang sama-sama berjuang menempuh tugas akhir ini, yaitu Jessica, Henwinner, Lydia.
12. Anak bimbingan Ibu Nonie lainnya serta seluruh teman-teman mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha yang sedang sama-sama menempuh tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang turut serta memberikan dorongan, motivasi, doa selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Semoga penelitian yang saya lakukan ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca dalam menambah ilmu pengetahuan serta wawasan.

Bandung, Januari 2020

Khairunnissa Mawardin