

INTISARI

Peneliti sangat tertarik akan banyaknya perbedaan pendapat antar para ahli tentang pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas jasa dalam menetapkan niat beli konsumen. Adapun tujuan dari riset ini adalah untuk menguji tiga variabel yang didasarkan pada model yang diusulkan oleh *Taylor and Baker (1994)* dengan variabel-variabel yang saling berinteraksi dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam menetapkan niat pembelian. Dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderator diantara kualitas jasa dan intensi pembelian.

Riset ini diadakan di Yogyakarta dan di Bantul dengan obyek riset dua supermarket. Dari 150 responden, semua kuesioner dapat kembali dan bisa diolah. Dengan menggunakan Moderator Regression Analysis diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap intensi pembelian, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap intensi pembelian dan interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian untuk masing-masing supermarket.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Intensi Pembelian

ABSTRACT

The researcher is highly interested in many different opinions among some experts about the influence of service quality and customer satisfaction in establishing purchase intentions. Thus, the purpose of this research is to test such three variables, based on the model proposed by Taylor and Baker (1994) by interacting variables of quality service and customer satisfaction in establishing the purchase intention with customer satisfaction as a moderator variable between service quality and purchase intentions.

This research was conducted in Yogyakarta and in Bantul with research object of two supermarkets. From the 150 respondent, quisionnaires all were return and can to process. Used Moderator Regression Analysis can result of the research is service quality have influence about purchase intention, customer satisfaction have influence about purchase intention, and the interaction of service quality and customer satisfaction haven't influence about intention for each supermarkets.

Keywords : *service quality, customer satisfaction, purchase intentions.*