

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui inovasi produk dan kualitas layanan untuk menarik minat berkunjung kembali ke Kafe Kopi Joy. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini pelanggan Kafe Kopi Joy. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan kriteria responden anak muda, Gen Z (13-28 tahun) dan pernah berkunjung ke Kafe Kopi Joy minimal 2 kali. Alat atau *instrument* pengumpulan data berupa kuesioner dirancang menggunakan skala likert yang dikembangkan berdasarkan definisi operasional variabel dan disusun berdasarkan beberapa kajian literatur serta hasil-hasil penelitian terdahulu serta relevan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui Google Form.

Hipotesis penelitian terdiri atas hipotesis deskriptif dan hipotesis asosiatif. Selanjutnya untuk menguji kedua hipotesis tersebut digunakan alat analisis statistik deskriptif untuk menguji hipotesis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis asosiatif. Pengolahan data penelitian yang digunakan untuk melakukan uji hipotesis menggunakan perangkat lunak (*software*) SPSS versi 25.

Hasil pengujian hipotesis deskriptif menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, kualitas layanan, dan minat berkunjung kembali berada pada kategori baik. Hasil pengujian hipotesis asosiatif menunjukkan bahwa secara parsial dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y), serta variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y) pada Kafe Kopi Joy. Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X1), dan kualitas layanan (X2) memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berkunjung kembali (Y) pada Kafe Kopi Joy

**Kata Kunci:** *Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Minat Berkunjung Kembali.*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine product innovation and service quality to attract repeat visits to Joy Coffee Shop. The type of research used in this thesis is quantitative research.*

*The population in this study is Joy Coffee Shop customers. The sample in this study was determined using purposive sampling. The criteria for respondents were young people, Gen Z (13-28 years old) who had visited Joy Coffee Shop at least twice. The data collection tool or instrument is a questionnaire designed using a Likert scale developed based on the operational definition of variables and compiled based on several literature reviews and previous research results relevant to this study. The data collection technique in this study is by distributing questionnaires online through Google Forms.*

*The research hypotheses consist of descriptive hypotheses and associative hypotheses. Furthermore, to test these two hypotheses, descriptive statistical analysis tools were used to test the descriptive hypotheses, and multiple linear regression analysis was used to test the associative hypotheses. The research data used to test the hypotheses was processed using SPSS software version 25.*

*The results of the descriptive hypothesis testing show that the variables of product innovation, service quality, and interest in revisiting are in the good category. The results of the associative hypothesis testing showed that partially, using the t-test, the product innovation variable (X1) had a positive and significant effect on the intention to revisit (Y), and the service quality variable (X2) had a positive and significant effect on the intention to revisit (Y) at Joy Coffee Cafe. Simultaneous testing using the F test shows that the variables of product innovation (X1) and service quality (X2) have a significant and positive effect on the intention to revisit (Y) at Joy Coffee Cafe.*

**Keywords:** Product Innovation, Service Quality, Revisit Intention..