

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau dampak yang terjadi dari kualitas pelayanan yang diberikan terhadap niat beli konsumen *E-Mart* Laboratorium Kewirausahaan Program Diploma Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden dan dengan metode analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli konsumen *E-Mart* Laboratorium Kewirausahaan Program Diploma Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi UGM adalah sebesar 51,6% yang berarti variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel niat beli konsumen menghasilkan korelasi kuat menuju sangat kuat. Selanjutnya diperoleh nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, 26,7% niat beli konsumen terhadap produk-produk *E-Mart* Laboratorium Kewirausahaan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *E-Mart* Laboratorium Kewirausahaan, Niat Beli.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect or impact that occurred on the quality of service provided to the consumer purchase intentions E-Mart Laboratory Entrepreneurship Diploma Program Economics and Business Vocational School Universitas Gadjah Mada. This study uses a quantitative approach to distributing questionnaires to 80 respondents and with a simple linear regression analysis method. Based on the results of research and processing of the data obtained showed that the impact of service quality to consumer purchase intentions E-Mart Lab Entrepreneurship Program Diploma of Vocational School of Economics and Business UGM amounted to 51.6%, which means that service quality variables affect consumer buying intentions variables generating strong correlation towards very strong. Furthermore significance value of $0.000 \leq 0.05$, which means that H_0 is rejected and H_a accepted. In addition, 26.7% of consumers purchase intention for products E-Mart Entrepreneurship Laboratory influenced by the quality of service while the remaining 73.3% is influenced by other factors.

Keywords: *Quality of Service, E-Mart Entrepreneurship Laboratory, Purchase Intention.*