

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang dapat menghasilkan niat berperilaku pada Starbucks Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah Starbucks Indonesia. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dan diolah menggunakan metode regresi. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data primer pada penelitian ini diperoleh sebanyak 155 responden yang pernah menggunakan jasa Starbucks Indonesia.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif pada *word-of-mouth*, niat pembelian kembali, dan umpan balik.

**Kata kunci : Kualitas layanan, kepuasan konsumen, *word-of-mouth*, niat pembelian kembali, umpan balik**

## **ABSTRACT**

This research is aimed to examined the effect of service quality toward customer satisfaction which can obtain behavioural intentions to Starbucks Indonesia. The object of this research is Starbucks Indonesia. The datas were collected through questionnaires and were processed by regression method. Method of sampling used in this research is nonprobability sampling with purposive sampling technique. There were 155 respondents who have consumed Starbucks Indonesia as primary datas in this research.

The results of this research are service quality positively affects customer satisfaction and customer satisfaction positively affects word-of-mouth, repurchase intentions, and feedback.

**Keyword : service quality, customer satisfaction, word-of-mouth, repurchase intentions, feedback**