

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kemampuan inovasi dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening terhadap minat beli pelanggan Parlour Café Semarang. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas produk dan kemampuan inovasi, minat beli ulang sebagai variabel dependen dan daya tarik produk sebagai variabel intervening.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Parlour Café Semarang. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap minat beli ulang; kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap daya tarik produk; kemampuan inovasi berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang; kemampuan inovasi memiliki pengaruh secara positif terhadap daya tarik produk; dan daya tarik produk memiliki pengaruh secara positif terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kemampuan Inovasi, Minat Beli Ulang, Daya tarik produk

FEB UNDIP