

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Dining Experienced* dan *Brand Image* terhadap *Revisit Intention* melalui Mediasi *Customer Satisfaction***

Tasya Nurrizky<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Tujuan dari pengkajian ini yaitu untuk menguji Pengaruh *Dining Experienced* dan *Brand Image* terhadap *Revisit Intention* melalui Mediasi *Customer Satisfaction*. Pengkajian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan dengan melakukan studi pustaka dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam pengkajian ini yaitu seluruh pembeli dari Bajawa Kopi Flores. Indikator pengkajian ini yaitu sebanyak 21 dikalikan dengan 5 sehingga *sample* yang diperlukan yaitu 205 partisipan. *Sample* dipilih menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan Analisis Struktural *Equation Modeling* Basis *Partial Least Square* menggunakan software *Smart PLS*. Hasil pengkajian menunjukkan adanya pengaruh yang *positive* dan substansial dari *Dining Experience* terhadap *Brand Image*, *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention*. *Brand Image* juga ditemukan memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Revisit Intention*. Hasil penelitian juga mendapatkan bahwa Terdapat pengaruh dari *Dining Experience* terhadap *Revisit Intention* melalui *Brand Image* dan *customer satisfcation* dan terdapat pengaruh dari *Brand Image* terhadap *Revisit Intention* melalui *Customer Satisfaction*

**Kata kunci:** *Dining Experience, Brand Image, Revisit Intention, Customer Satisfaction*