

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan sumber daya manusia (*People*) terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen Mikha *Coffee* Setiabudi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei pada 120 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi simultan sebesar 59%, di mana sumber daya manusia lebih dominan dibandingkan kualitas produk. Kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan koefisien jalur 0,72 dan determinasi 52%. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan konsistensi kualitas produk serta penguatan peran sumber daya manusia dalam pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat dan minat beli ulang dapat terus terjaga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Sumber Daya Manusia (*People*), Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.