

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG**
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan di Cikarang)

SKRIPSI



OLEH :
NOFELA NIDIA RAHMADANI
NIM : 112010829

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG**
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan di Cikarang)

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
NOFELA NIDIA RAHMADANI
NIM : 112010829

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Nofela Nidia Rahmadani
NIM : 112010829
Judul : Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan Cikarang)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 09 Juni 2024
Pembimbing



Syahrul Alim, S.Tp., M.M.
NIDN : 0423037003

Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT
BELI ULANG
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN MIE GACOAN DI CIKARANG)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NOFELA NIDIA RAHMADANI

112010829

Telah dipublikasikan pada jurnal MSEJ : *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, volume 5, nomor 2, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

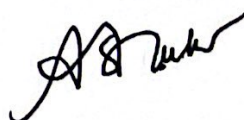
Bekasi, 20 Juli 2024

Ka.Prodi Manajemen



**Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,Msc
NIDN:0406068402**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M
NIDN: 0404046508**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nofela Nidia Rahmadani
NIM : 112010829
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 09 Juni 2024



The image shows a yellow revenue stamp (Meterai Tempel) for 10,000 Rupiah. It features the Garuda Pancasila logo and the text 'SPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code 'FDA5EALX31841170'. A handwritten signature is written over the stamp.

Nofela Nidia Rahmadani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Jangan jadikan d’oa seperti obat, digunakan hanya ketika sakit. Jadikanlah do’a, dzikir, dan ibadahmu seperti udara yang selalu kau hirup sepanjang hidup”

Karya ini kupersembahkan buat:

1. Semua keluargaku dan orang-orang yang mendoakan serta menginginkan yang terbaik untukku.
2. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberi pengetahuan serta teladan yang sangat berharga

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis dan atas izin-Nya jugalah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman. Dalam penulisan penelitian ini, penulis mengambil judul **“Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan Cikarang)”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., MM., D.B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS.,S.E.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi mahasiswa.
4. Bapak Syahrul Alim, S.Tp.,M.M. selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.

6. Orang tua ku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal'alamiin.
7. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan.
8. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif.

Bekasi, 09 Juni 2024
Penulis



Nofela Nidia Rahmadani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT.	xiv
ABSTRAK..	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Minat Beli Ulang	10
2.1.1.1 Definisi Minat Beli Ulang	10
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	11
2.1.1.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	12
2.1.2 <i>Customer Experience</i>	13
2.1.2.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	13
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	14
2.1.2.3 Sense (Panca Indera)	14
2.1.2.4 Feel (Perasaan)	16
2.1.2.5 Think (Cara Berpikir)	18
2.1.2.6 Act (Tindakan).....	20
2.1.2.7 Relate (Pertalian)	21
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	24
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	24
2.3.2 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis, Desain Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.1.1 Jenis Penelitian.....	30
3.1.2 Desain Penelitian.....	30
3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian	31

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.2.1 Definisi operasional	32
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.5.1 Jenis Data	37
3.5.2 Sumber Data.....	37
3.6 Metode Analisis	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	42
3.6.5 Koefisien Determinasi (<i>Adjust R Square</i>)	42
3.6.6 Uji Hipotesis	43
3.6.6.1 Uji T (Uji Parsial).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian dan Deskripsi Data	45
4.1.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
4.1.1.2 Visi.....	46
4.1.1.3 Misi.....	46
4.1.2 Analisis Data atau Pengujian Hipotesis	46
4.1.3 Deskripsi Responden.....	46
4.1.3.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
4.2.1.1 Uji Validitas.....	49
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.2.1 Uji Normalitas	57
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	59
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.2.4 Uji Hipotesis	64
4.2.4.1 Uji T.....	64
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 Pengaruh <i>Sense Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	68
4.3.2 Pengaruh <i>Feel Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	68
4.3.3 Pengaruh <i>Think Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	69
4.3.4 Pengaruh <i>Act Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	69
4.3.5 Pengaruh <i>Relate Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .	70
BAB V PENUTUP.....	72

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Bentuk Skala Likert	36
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	46
Tabel 4.2 Data Hasil Uji Validitas <i>Sense Experience</i> (X1)	50
Tabel 4.3 Data Hasil Uji Validitas <i>Feel Experience</i> (X2)	51
Tabel 4.4 Data Hasil Uji Validitas <i>Think Experience</i> (X3)	51
Tabel 4.5 Data Hasil Uji Validitas <i>Act Experience</i> (X4)	52
Tabel 4.6 Data Hasil Uji Validitas <i>Relate Experience</i> (X5)	53
Tabel 4.7 Data Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> (Y)	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas <i>Sense Experience</i> (X1).....	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Feel Experience</i> (X2).....	55
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas <i>Think Experience</i> (X3).....	55
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas <i>Act Experience</i> (X4)	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas <i>Relate Experience</i> (X5).....	56
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> (Y)	56
Tabel 4.14 Data Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	58
Tabel 4.15 Data Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.16 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser Coefficients ^a	61
Tabel 4.17 Data Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.18 Data Hasil Uji T	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	28
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Menu Mie Gacoan.....	45
Gambar 4.2 Data Usia Responden	47
Gambar 4.3 Data Jenis Kelamin Responden.....	48
Gambar 4.4 Data Pekerjaan Responden.....	48
Gambar 4.5 Data Pengeluaran Responden.....	49
Gambar 4.6 Data Hasil Uji Normalitas Histogram	57
Gambar 4.7 Data Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	58
Gambar 4.8 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Junal	77
Lampiran 2 Kuesioner.....	82
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	109
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	121
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	122

*Analysis Of The Influence Of Customer Experience On
Repurchase Intention
(Case Study of Gacoan Noodle Consumers in Cikarang)*

Nofela Nidia Rahmadani ¹¹⁾
Syahrul Alim ²²⁾

Abstract

In Indonesia, culinary businesses are very easy to find. Indonesia offers many local dishes and a variety of unique menus. One of them is Mie Gacoan. This culinary business has interesting and quite promising opportunities, this can be an indication that competition between businesses operating in the culinary sector is very tight, this is due to the significant increase in business growth in the culinary sector. Factors that can influence Customer Satisfaction can create Experiential Marketing with act, sense, relate, think and feel as factors that can influence it. However, there is a negative side to the experience that Mie Gacoan Cikarang Branch provides to consumers, namely the service is somewhat slow due to long queues and some consumers always make repeat purchases. This research will examine the influence of customer experience dimensions on consumers' repurchase intention. There were 100 respondents in this research, namely consumers of Mie Gacoan Cikarang. This research is quantitative and uses SPSS analysis tools. From the data processing that has been carried out, it is known that act experience, sense experience, relate experience, think experience and feel experience partially have a positive and significant effect on interest in repurchasing Mie Gacoan Cikarang.

Keywords: Customer Experience, Repurchase Intention

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG

(Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan di Cikarang)

Nofela Nidia Rahmadani ¹⁾

Syahrul Alim ²⁾

ABSTRAK

Di Indonesia, bisnis kuliner sangat mudah ditemukan. Indonesia menawarkan banyak hidangan lokal dan beragam menu unik. Salah satunya adalah Mie Gacoan. Bisnis kuliner ini memiliki peluang yang menarik dan cukup menjanjikan, hal ini dapat menjadi indikasi bahwa persaingan antara bisnis yang bergerak dibidang kuliner sangatlah ketat, hal ini dari pertumbuhan bisnis dibidang kuliner mengalami kenaikan yang signifikan. Faktor - faktor yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction* yang dapat menciptakan *Experiential Marketing* dengan *act, sense, relate, think, dan feel* sebagai faktor yang dapat mempengaruhinya. Namun terdapat sisi negatif pengalaman yang diberikan Mie Gacoan Cabang Cikarang kepada konsumen yaitu pelayanan yang agak lambat karena antrian yang panjang dan beberapa konsumen selalu melakukan pembelian berulang. Penelitian ini akan menguji pengaruh dimensi pengalaman pelanggan terhadap minat beli ulang konsumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yaitu konsumen Mie Gacoan Cikarang. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan alat analisis SPSS. Dari pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa *act experience, sense experience, relate experience, think experience, dan feel experience* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang Mie Gacoan Cikarang.

Kata kunci: *Customer Experience*, Minat Beli Ulang