

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI CEKA CAFE PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA**

**Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen**



**DISUSUN OLEH :**

**M. DHENY**

**151510224**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI CEKA CAFE PALEMBANG**

**OLEH :**  
**M. DHENY**  
**151510224**

**SKRIPSI**

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu  
(S1) Pada Program Studi Manajemen**

**Palembang, September 2020**  
**Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**  
**Universitas Bina Darma**  
**Menyetujui,**

**Pembimbing**



**Efan Elpanso., S.E. M.M**

**Dekan**





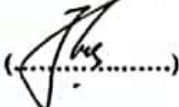
Universitas Bina Darma  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

**Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si**

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI ini berjudul "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI CEKA CAFE PALEMBANG" telah dipertahankan di depan komisi penguji pada tanggal dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

### KOMISI PENGUJI

- |                               |         |   |
|-------------------------------|---------|---|
| 1. Efan Elpanso, S.E., MM     | Ketua   | <br>(.....)  |
| 2. Drs. Mukran Roni, M.BA     | Anggota | <br>(.....)  |
| 3. Irwan Septayuda, S.E, M.Si | Anggota | <br>(.....) |

Palembang, September 2020  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi Manajemen

  
Universitas Bina Darma  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dina Mellita, S.E., M. Ec

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M.Dheny

Nim : 151510224

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau diperguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari pembimbing;
3. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan kedalam daftar rujukan;
4. Saya bersedia tugas Skripsi yang saya hasilkan ini dicetak keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta di unggah di internet, secara dapat di akses secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundan-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 29 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan

  
M. Dheny

NIM: 151510224



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara *customer experience* dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di Ceka Cafe Palembang. Penyampelan dilakukan dengan teknik sampling metode Non-Probability Sampling (Non-Random sampling) *Quota sampling* dengan kuota jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan wawancara. Pengujian hubungan antara *customer experience* dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif terhadap minat beli ulang di Ceka Cafe Palembang.

**Kata kunci : *Customer Experience*, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

### ***The Correlation Between Customer Experience and Customer Satisfaction with Repurchase Interest in Ceka Cafe Palembang***

*This study aims to analyze whether there is a correlation between customer experience and customer satisfaction with repurchase interest in Ceka Cafe Palembang. Sampling was carried out with Non-Probability Sampling (Non-Random sampling) Quota sampling technique with 100 respondents. Data collection techniques used questionnaires and interviews. The correlation of customer experience and customer satisfaction with repurchase interest using multiple linear regression analysis The results in this study indicate customer experience and customer satisfaction has a positive relationship on the repurchase interest in Ceka Cafe Palembang.*

***Keywords : Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase***

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Motto :**

**“Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton.” (Mark Twain)**

**Kupersembahkan kepada :**

- **Ayah dan Ibuku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untukku**
- **Saudaraku tersayang**
- **Teman-teman dan sahabat-sahabat perjuanganku**
- **Almamaterku**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



### **DATARPRIBADI**

Nama : M.Dheny  
Jenis kelamin : Laki-Laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 24 Maret 1997  
Agama : Islam  
Alamat : JL Palembang-betung km.26  
No Telepon : 082176100670  
Alamat Email : [mhddheny24@gmail.com](mailto:mhddheny24@gmail.com)

### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Pendidikan Formal:

1. SD ( 2009 ) : SD 1 Mainan
2. SMP ( 2012 ) : SMP Negeri 1 Sembawa
3. SMA ( 2015 ) : SMA Methodist 4 Talang Kelapa



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Customer Experience* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Ceka Café Palembang”** dalam rangka untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Bina Darma Palembang.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan, nasihat-nasihat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada:

- Dr. Sunda Ariana, M,Pd,M.M Selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang
- Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang
- Dr. Dina Mellita, SE.,M.Ec Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
- Efan Elpanso, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Skripsi, dan juga sebagai Pengajar yang telah banyak membantu selama membimbing dan mengarahkan penulis sampai tersusunnya Skripsi ini.

- Seluruh Staff Dosen, Khususnya Dosen Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
- Kepada Kedua Orang Tua Saya yang telah memberikan Do'a dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.
- Teman dan sahabat seperjuanganku.
- Pemilik Ceka Café Palembang beserta jajaranya.

Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Amin.

Palembang, 20 Oktober 2020

M.Dheny  
Penulis

## DAFTAR ISI

### HALAMAN DEPAN

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Bagi Penulis .....	6
1.4.2 Bagi Keilmuan.....	6
1.4.3 Bagi Pelaku Usaha .....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 <i>Customer Experience</i> .....	10
2.2.1 Pengertian <i>Customer Experience</i> .....	10
2.2.2 Faktor-Faktor <i>Customer Experience</i> .....	11
2.2.3 Indikator <i>Customer Experience</i> .....	17
2.3 Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	18
2.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen .....	20
2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	21
2.4 Minat Beli Ulang .....	18
2.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	22
2.4.2 Faktor-Faktor Minat Beli Ulang .....	23
2.4.3 Indikator Minat Beli Ulang .....	26
2.5 Teori Hubungan Antar Variabel .....	26
2.5.1 Hubungan <i>Customer Experience</i> dengan Minat Beli Ulang....	26
2.5.2 Hubungan Kepuasan Konsumendengan Minat Beli Ulang .....	27
2.5.3 Hubungan <i>Customer Experience</i> dan Kepuasan Konsumen dengan Minat Beli Ulang.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu .....	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Hipotesis.....	34

## **BAB III METODOE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	35
3.2 Variabel Penelitian.....	35
3.3 Operasional Variabel.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37

3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Pengukuran Variabel .....	39
3.6 Populasi dan Sampel .....	40
3.6.1 Populasi .....	40
3.6.2 Sampel .....	40
3.7 Uji Instrumen.....	41
3.7.1 Uji Validitas .....	41
3.7.2 Uji Realibilitas .....	42
3.8 Metode Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Data.....	43
3.9 Teknik Analisis Data.....	44
3.9.1 Analisis Regresi Berganda.....	44
3.9.2 Analisis Koefesien Korelasi.....	45
3.9.3 Analisis Koefesien Determinasi.....	46
3.10 Uji Hipotesis .....	47
3.10.1 Uji Simultan (Uji F).....	47
3.10.2 Uji Parsial (Uji t).....	48

## **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	50
4.2 Gambaran Umum Responden .....	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pelanggan.....	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53

4.3 Batasan Penelitian .....	54
4.4 Hasil Tabulasi .....	56
4.4.1 Tabulasi Hasil <i>Customer Experience</i> .....	56
4.4.2 Tabulasi Hasil Kepuasan Konsumen .....	58
4.4.3 Tabulasi Hasil Minat Beli Ulang .....	60
4.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	62
4.6 Analisis Koefesien Determinasi.....	66
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4.8 Uji F .....	69
4.9 Uji t .....	70
4.10 Pembahasan .....	72
4.10.1 Pengaruh <i>Costumer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang .	72
4.10.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang..	73

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	78
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	80
-----------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pelanggan.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian..	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.5 Batasan Penelitian .....	54
Tabel 4.6 Tabulasi Hasil Kuisisioner Variabel X1 .....	56
Tabel 4.7 Tabulasi Hasil Kuisisioner Variabel X2 .....	58
Tabel 4.8 Tabulasi Hasil Kuisisioner Variabel Y .....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X2 .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel X1 .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Variabel X2 .....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y .....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji F-test .....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji t-test .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.1 Sturktur Organisasi Ceka Cafe Palembang .....	50



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuisisioner

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Regresi

Lampiran 6 Lembar Konsultasi

Lampiran 7 *Plagirism Check*