

HALAMAN MOTTO

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

(Baskara Putra/Hindia)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, keikhlasan, dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, yang saya banggakan dan saya cintai karena tidak hentinya melangitkan doa baiknya serta memberikan dukungan dalam memperjuangkan masa depan anaknya terimakasih atas cinta dan doa sehingga karya tulis dapat selesai dan gelar ini untuk ayah dan ibu saya.
2. Kakak saya Tika Hanifa, Ilham Hanif, Safira dan adik saya Alfariza yang selalu memberikan *support*, memotivasi dan terus mendukung tiada henti untuk terus maju dan berkembang dan terimakasih juga kepada saudara saya Nelam Cahya yang tidak hanya jadi saudara sepupu tapi jadi sahabat, terimakasih telah menjadi tempat keluh kesah dan selalu memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. yang telah membimbing, mengarahkan dan memberi bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman dekat saya Rakhmawati teman seperjuangan dari masuk kuliah sampai dititik ini terimakasih sudah menjadi teman dekat yang selalu ada saat penulis sedang merasa *down*, terimakasih telah menjadi teman yang saling menguatkan, mengambil banyak peran dibalik layar selalu membersamai penulis disaat susah ataupun senang.

5. Teman saya Reni Putri Winata, Humirotul Asfiyah Risfu, Annisa Eka terimakasih banyak atas *support* yang diberikan dan selalu menemani langkahku dan memberikan semangat tiada henti.
6. Terakhir kepada diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang, bertahan dan tidak menyerah dalam setiap proses yang dilalui. Terimakasih atas segala usaha, doa dan kesabaran hingga mampu di titik ini. Semoga langkah yang diambil untuk kedepanya selalu dipermudah, dikelilingi orang-orang baik yang positif vibes serta tetaplah bersyukur dalam keadaan apapun.



ABSTRAKS

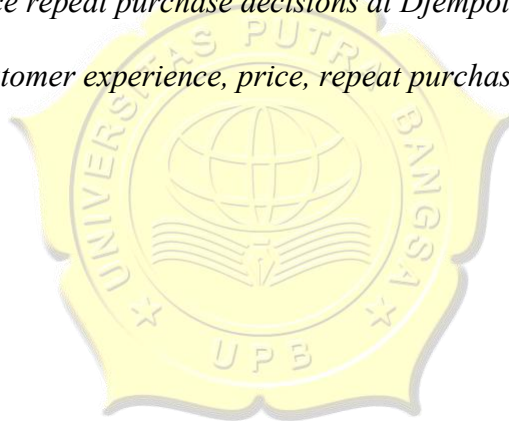
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh cita rasa, pengalaman pelanggan dan harga terhadap keputusan pembelian ulang pada pelanggan kopi keliling Djempol Kebumen, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen yang sudah pernah melakukan pembelian di kopi keliling Djempol dengan sampel sebanyak 105 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi cita rasa, pengalaman pelanggan dan harga sebagai variabel independen dan variabel keputusan pembelian ulang sebagai variabel dependen. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner melalui google formulir. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis, uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for windows* 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, model memenuhi asumsi normalitas, tidak terdapat multikolinearitas dan tidak terjadi heterokedastisitas, hubungan cita rasa dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang kopi keliling Djempol. Sedangkan *customer experience* (pengalaman pelanggan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang kopi keliling Djempol.

Kata kunci: cita rasa, *customer experience*, harga, keputusan pembelian ulang.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of taste, customer experience and price on repurchase decisions on Djempol Kebumen mobile coffee customers, the population in this study were the people of Kebumen Regency who had made purchases at Djempol mobile coffee with a sample of 105 respondents. The variables used in this study include taste, customer experience and price as independent variables and repurchase decision variables as dependent variables. The data used in this study are primary data, obtained from the results of respondents' answers collected with the help of a questionnaire via Google Forms. The sampling method used a purposive sampling method. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests and hypothesis tests, coefficient of determination tests. Data processing tools used SPSS for Windows 27. The results of this study indicate that all variables are valid and reliable, the model meets the assumption of normality, there is no multicollinearity and no heteroscedasticity, the relationship between taste and price has a significant effect on repurchase decisions for Djempol mobile coffee. Meanwhile, customer experience did not significantly influence repeat purchase decisions at Djempol Mobile Coffee.

Keywords: *taste, customer experience, price, repeat purchase decisions.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelengkapan dalam pencapaian gelar Sarjana Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa, Pengalaman Pelanggan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Pelanggan Kopi Keliling Djempol Kebumen”**. Skripsi ini disusun serta diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada ilmu manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berkontribusi dalam memberikan materi atupun moral. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua serta keluarga yang terus mendoakan serta mendukung saya dalam menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman dekat saya yang juga selalu memberikan *support* satu sama lain sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Segenap responden dalam penelitian ini yang sudah mengluangkan waktu untuk mengisi kuesioner serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dalam penyajian, pengungkapan ataupun pemilihan kata pada pembahasan materi sehingga masih jauh dari kata sempurna. Harapan peneliti atas hasil penelitian yang telah ditulis dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis ataupun semua pihak yang membaca skripsi ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKS.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. Model Perilaku Konsumen Engel, Blacwell, dan Miniard (<i>EBM</i>)....	13

2.1.2.	Keputusan Pembelian Ulang.....	14
2.1.3.	Cita Rasa	20
2.1.4.	<i>Customer Experience</i>	23
2.1.5.	Harga.....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Hubungan Antar Variabel	34
2.1.	Model Empiris.....	36
2.2.	Hipotesis.....	37
BAB III.....		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	39
3.2.	Variabel Penelitian	39
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	42
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1.	Jenis Data	44
3.5.2.	Alat Pengumpulan Data	45
3.6.	Populasi dan Sampel	46
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	46
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	47
3.7.	Teknik Analisis	48
3.7.1.	Analisis Deskriptif	48
3.7.2.	Analisis Kuantitatif	49
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.4.	Analisis Statistika.....	51

3.7.5.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.7.6.	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV		59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.2.	Analisis Deskriptif	60
4.2.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.4.	Responden berdasarkan Alamat.....	63
4.3.	Analisis Statistik.....	65
4.3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.3.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.3.4.	Uji Hipotesis.....	76
4.4.	Pembahasan.....	80
4.4.1.	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	80
4.4.2.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Keputusan PembelianUlang	81
4.4.3.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	82
BAB V.....		83
SIMPULAN		83
5.1.	Simpulan	83
5.2.	Keterbatasan.....	84
5.3.	Implikasi.....	85

5.3.1. Implikasi Praktis	85
5.3.2. Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1- 1 Data Konsumsi Kopi Berdasarkan Generasi	2
Tabel 1- 2 Hasil Obsevasi Pelanggan Kopi Keliling Djempol	4
Tabel 1- 3 Data Penjualan Kopi Keliling Djempol Kebumen	6
Tabel 1- 4 Faktor yang Memengaruhi Pelanggan Melakukan Pembelian Ulang ...	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Keputusan Pembelian Ulang.....	41
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Cita Rasa	41
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Pengalaman Pelanggan	42
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Harga	42
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	64
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)	66
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X1)	67
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan (X2)	67
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Harga (X3).....	68
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel IV- 10 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV- 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel IV- 13 Hasil Uji Persial (uji t).....	77
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (uji f).....	79
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	37
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	94
Lampiran 2 Data Identitas Responden	98
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	101
Lampiran 4 Uji Validitas.....	112
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	115
Lampiran 7 Analisis Refresi Linear Berganda.....	117
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	118
Lampiran 9 Tabel (r)	119
Lampiran 10 Tabel (t)	124
Lampiran 11 Tabel (f).....	129
Lampiran 12 Kartu Tanda Peserta Sempro	132
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	133

