

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CUSTOMER
EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
OLIVE FRIED CHICKEN
YOGYAKARTA
SKRIPSI**



DISUSUN OLEH:

PIERCE EDGHART RETRAUBUN

11180401

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS KRISTEN

DUTA WACANA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

Di Ajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

PIERCE EDGHART RETRAUBUN

NIM: 11180401

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TEISIS/DISERTAS LUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pierce Edghart Retraubun
NIM : 11180401
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 Januari 2023

Yang menyatakan



(Pierce Edghart Retraubun)
11180401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

PIERCE EDGHART RETRAUBUN

11180401

Dalam Ujian Skripsi Program

Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen Pada tanggal

19 Desember 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM :

(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)

2. Jonathan Herdioko, SE., MM :

(Dosen Penguji)

3. Dra. Ety Istriani, MM :

(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

Yogyakarta, 22 Desember 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga, Dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Olive Fried Chicken Di Kota Yogyakarta

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapat bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, Desember 2023



Pierce Edghart Retraubun

DUTA WACANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis berikan kepada yang layak di puji dan di agungkan, tuhan yesus kristus, karena atas berkat dan tuntunannya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini ditulis bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S.M) pada fakultas bisnis universitas kristen duta wacana yogyakarta. Penulis sadar tanpa bantuan pikiran, dukungan emosional, dan bimbingan dari beragam pihak, penulis akan sulit untuk menyusun serta menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ety istriani, MM. Selaku dosen pembimbing penulis selama penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Orang tua terkasih (bapa Eret, mama Yula) serta saudara terkasih saya (adik Gilbert, Tri, Enjel dan Silvi yang saya cintai.
3. Kepada sahabat -sahabat yang membantu saya berproses pada organisasi maupun perkumpulan: Anjuk Ladang Family, 18Yeskon UKDW, Salawaku UKDW.

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian semua, biarlah tuhan semesta alam yang membalas budi kalian. Kalian adalah alasan kaki ini berpijak dan punggung ini mampu tegap di tengah pergumulan. Semoga penelitian ini mendatangkan manfaat bagi pengembangan penelitian di kemudaian hari.

DAFTAR ISI

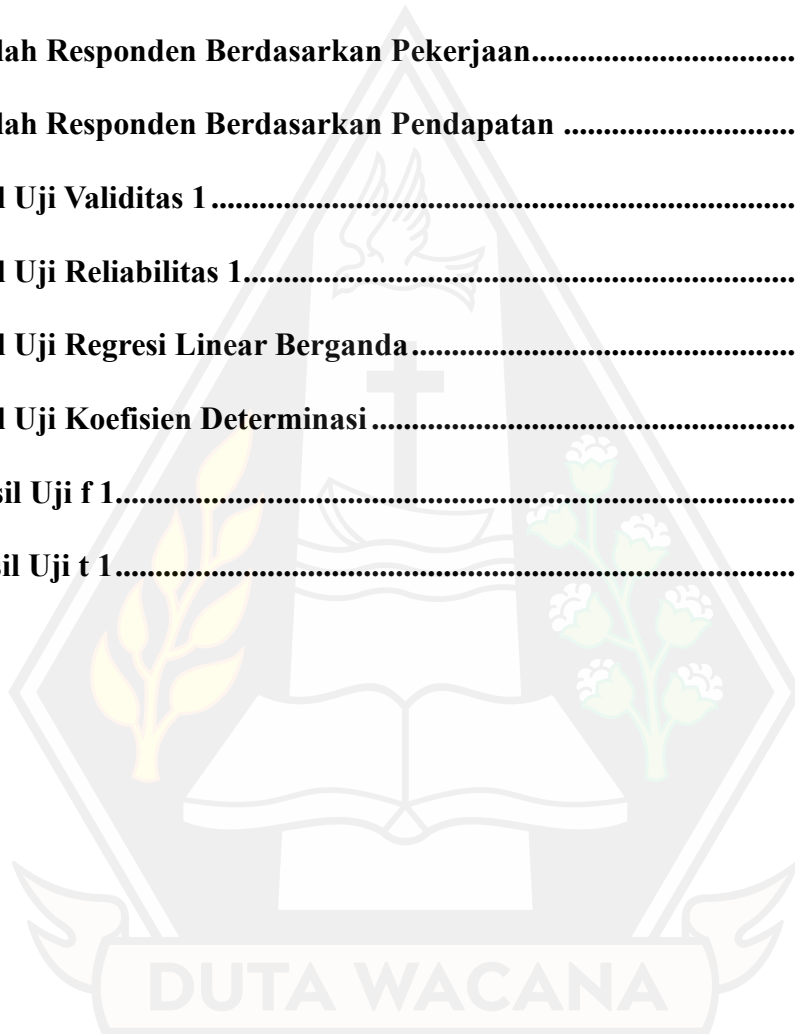
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Kualitas makanan	7
2.1.2 Indikator Kualitas Makanan	7
2.2 Persepsi Harga.....	8
2.2.1 Pengertian Harga	8
2.2.2 Pengertian Presepsi Harga	9
2.2.3 Indiaktor Persepsi Harga.....	9
2.3 <i>Customer Experience</i>	10
2.3.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	10
2.3.2 Indikator <i>Customer Experience</i>	10
2.4 Minat Beli Ulang.....	11
2.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang	11
2.4.2 Indiaktor Minat Beli Ulang.....	12
2.5 Kerangka Pemikiran.....	13

2.6 Hipotesis dan hubungan antar variabel	14
2.6.1 Hipotesis Penelitian	14
2.6.2 Hubungan Kualitas Makanan dengan Minat Beli Ulang.....	14
2.6.3 Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli Ulang	15
2.6.4 Hubungan <i>Customer Experince</i> dengan Minat Beli ulang	16
2.7 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Data	20
3.1.1 Data Primer.....	20
3.1.2 Data Sekunder.....	21
3.2 Pengumpulan Data	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel	21
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	22
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	24
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
3.4.1 Uji Validitas	25
3.5 Uji Reliabilitas.....	26
3.6 Metode Analisis.....	26
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	26
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.6.4 Uji F.....	28
3.6.5 Uji t.....	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Analisis Deskriptif.....	31
4.1.1 Jenis kelamin	31
4.1.2 Pendidikan	32
4.1.3 Usia.....	32
4.1.4 Pekerjaan	33
4.1.5 Pendapatan.....	34
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35

4.2.1 Uji Validitas	35
4.2.2 Uji Reliabilitas	37
4.3 Hasil Uji Statistik	38
4.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	38
4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	40
4.3.3 Hasil Uji F	40
4.3.4 Hasil Uji t.....	42
4.4 Pembahasan Hasil	45
4.4.1 Pengaruh kualitas makanan terhadap minat beli ulang konsumen <i>Olive Fried Chicken</i> Yogyakarta	45
4.4.2 Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen <i>Olive Fried Chicken</i> Yogyakarta.....	46
4.4.3 Pengaruh <i>customer experince</i> terhadap minat beli ulang konsumen <i>Olive Fried Chicken</i> Yogyakarta	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.1.1 Kesimpulan.....	49
5.1.2 Keterbatasan	49
5.2 Saran.....	50
5.2.1 Bagi <i>Olive Fried Chicken</i>	50
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	56
Lampiran 1	56
Lampiran 2	59
Lampiran 3	60
Lampiran 4	61
Lampiran 5	65
Lampiran 6	66
Lampiran 7	67
Lampiran 8	71
Lampiran 9	72
Lampiran 10	73
Lampiran 11	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	32
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 1	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 1.....	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	40
Tabel 4.10 Hasil Uji f_1	41
Tabel 4.11 Hasil Uji t_1	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran13



Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga, Dan *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang *Olive Fried Chicken* Di Kota Yogyakarta

Pierce Edghart Retraubun

11180401

Email : edgarretraubun30@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga, Dan *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang *Olive Fried Chicken* Di Kota Yogyakarta. Sampel yang diambil untuk penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang telah membeli *Olive Fried Chicken* minimal dua kali dan berdomisili di Kota Yogyakarta. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan spss. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, Koefisien determinasi, Uji t, dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Makanan, Persepsi Harga, dan *Customer Experience* mempengaruhi Minat Beli Ulang, baik secara parsial maupun simultan pada *Olive Fried Chicken* di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Persepsi Harga, *Customer Experience*, Minat Beli Ulang

The Influnce Of Food Quality, Price Perception, And Customer Experience Consumer Repurchse Interest In Olive Fried Chicken In Yogyakarta City

Pierce Edghart Retraubun

11180401

ABSTRACK

Email : edgarretraubun30@gmail.com

This study examined the Influnce Of Food Quality, Price Perception, And Customer Experience Consumers Repurchse Interest In Olive Fried Chicken In Yogyakarta City. Samples taken for this research were obtained by using a purposive sampling technique. This research participated 100 respondents who have buy Olive fried chicken at least two times and live ini Yogyakarta City. The primary data were collected through questionnaires and the procced using spss. The analysis technique used for this research is multiple linear regression, Coefficient Of Determination, t-Test, And f-Test. The Result Shows That Food Quality, Price Perceptions, And Customer Experience Influence Purchase Interests Repeat, Partially And Simultaneously, On Olive Fried Chicken In Yogyakarta City.

Keywords: Food Quality, Price Perception, Customer Experience, Consumer Repurchse Interest

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini terdapat sangat banyak usaha di berbagai bidang, salah satunya yaitu di bidang makanan. Yang mana kita tahu, bahwa Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Semakin Seiring dengan meningkatnya populasi pertumbuhan manusia maka semakin banyak pula diperlukannya kebutuhan pokok seperti makanan. Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beraneka ragam memunculkan konsep hidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis makanan cepat saji (*fast food*). Menurut Imam yang dikutip dari (Salsabila Fitriمالda Kalputri,2021) Makanan cepat saji merupakan makanan dan minuman yang bisa dikonsumsi secara langsung seperti burger, pizza, ayam goreng, dan lain sebagainya. Makanan cepat saji ialah makanan alternatif yang praktis, cepat dengan harga yang terjangkau serta efisien

Makanan cepat saji lokal yang berada di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah *Olive Fried Chicken* salah satunya *Olive Fried Chicken* yang berdiri sejak tahun 2012, gerai makanan ini hadir dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi makanan masyarakat Yogyakarta. *Olive Fried Chicken* merupakan outlet ayam goreng yang sangat terkenal daerah Yogyakarta. Ayam goreng yang satu ini memiliki tampilan dan cita rasa yang khas. Bahkan, *Olive Fried Chicken* disebut sebagai salah satu ayam goreng terenak di Yogyakarta.

Selain rasanya yang enak, *Olive Fried Chicken* juga dibanderol dengan harga yang murah meriah sehingga cocok dengan kantong mahasiswa. *Olive Fried Chicken* merupakan brand ayam goreng crispy milik Kunardi Sastrawijaya dan Aurora Sri Rahayu. Bisnis ayam goreng *Olive Fried Chicken* ini dibuka pertama kali oleh pasangan Kunardi dan Aurora di Jalan Taman Siswa pada tahun 2011 silam. Tujuan utamanya membuka bisnis ayam goreng renyah ini adalah sebagai rasa terima kasihnya kepada Yogyakarta. Di kota inilah mereka berasal dari keluarga sederhana dapat bertahan hidup berkat gaya hidup dan harga makanan di Yogyakarta yang cenderung murah saat dirinya masih menjadi mahasiswa. *Olive Fried Chicken* merupakan gerai makan yang menyediakan makan cepat saji (*fast food*) yang berupa nasi ayam dan *soft drink*, dengan harganya juga terjangkau bagi kalangan pelajar. *Olive Fried Chicken* memiliki 50 lebih cabang di kota Yogyakarta. Dengan rasa yang cocok dengan masyarakat Yogyakarta Rasa yang enak dan harga yang terjangkau murah kiranya bisa menjadi alasan utama mengapa *Olive Fried Chicken* disenangi / digemari oleh masyarakat khususnya mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Yogyakarta. Selama kurang lebih 12 tahun berdiri tentu saja banyak juga pesaing serupa namun dengan variasi produk beragam dengan persepsi harga yang terjangkau dan *customer experience* yang baik tentu membuat *Olive Fried Chicken* sampai saat ini masih tetap berdiri.

Minat beli ulang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu antara lain Kualitas makanan, Persepsi harga, dan *Customer experience*. Menurut margareta dan edwin yang di kutip dari (Marselino Rosario Milo, 2021) Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga diketahui bila kualitas makanan meningkat, makan keputusan pembelian juga akan

meningkat. Persepsi harga juga merupakan bagian terpenting dalam penentuan produk yang digunakan, Menurut Rangkuti yang dikutip dari (Ni Kadek Risna Dwi Kartika et al, 2023) Persepsi harga merupakan biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang dia inginkan sesuai persepsi keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga serta kesesuaiannya dengan manfaat. *Customer experience* atau pengalaman pelanggan merupakan kejadian yang terjadi sebagai tanggapan atau respon dari sebuah stimulasi atau rangsangan, experience atau pengalaman timbul dari usaha-usaha yang dilakukan pada saat sebelum dan sesudah pembelian menurut Schmitt dalam (Wahyu Dian Safrina et al 2023). Customer experience adalah kesan yang didapatkan oleh konsumen kepada produk atau bisnis berdasarkan seluruh aspek perjalanan konsumen yang dialami, mulai sejak awal berinteraksi sampai setelah pembelian atau penggunaan. Sedangkan menurut Schmitt dalam (Monica & widaningsih 2020) adalah pengalaman yang mana seluruh pengalaman tersebut adalah peristiwa yang dialami sendiri yang terjadi karena ada suatu dorongan. *Customer experience* gambaran yang dapat berpengaruh pada minat konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau menggunakannya.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengambil judul” Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga, dan *Costumer Experience* terhadap Minat Beli Ulang pada *Olive Fried Chicken* Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang diatas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen *Olive Fried Chicken*?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen *Olive Fried Chicken*?
3. Apakah *costumer experience* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen *Olive Fried Chicken*?

1.3 Batasan Penelitian

Supaya tidak memperluas masalah yang dianalisis, penulis memberi batas pada penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian bertempat di Kota Yogyakarta
2. Responden yang diperlukan merupakan masyarakat sekitar dan mahasiswa-mahasiswi yang membeli di gerai tersebut
3. Profil responden meliputi jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan usia
4. Variabel yang digunakan 4 bagian yang terbagi dari kualitas makanan, persepsi harga, *customer experience* dan minat beli ulang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, berikut adalah tujuan penelitian ini:

1. Untuk menganalisis adakah pengaruh kualitas makanan terhadap minat beli ulang terhadap konsumen *Olive Fried Chicken* Yogyakarta
2. Untuk menganalisis adakah pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang terhadap konsumen *Olive Fried Chicken* Yogyakarta
3. Untuk menganalisis adakah pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang terhadap konsumen *Olive Fried Chicken* Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Manfaat untuk penulis

Menambah pengalaman pada penulis dalam menganalisis serta tahu dan memahami pengaruh kualitas makanan, persepsi harga dan *customer experience* terhadap minat beli ulang pada konsumen *Olive Fried Chicken* di kota Yogyakarta

- Manfaat untuk perusahaan

Penulis mengharapkan agar penelitian ini bermanfaat bagi *Olive Fried Chicken* dalam hal memberikan informasi tentang pengaruh kualitas makanan, persepsi harga dan *customer experience* terhadap minat beli ulang pada konsumen *Olive Fried Chicken* di kota Yogyakarta

- Manfaat untuk akademisi

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat menjadi salah satu acuan bagi penelitian berikutnya serta turut berkontribusi pada pengembangan teori ilmu manajemen pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana.

- Manfaat untuk masyarakat

Penulis mengharapkan penelitian ini bisa meningkatkan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran serta bagi kebutuhan penelitian berikutnya.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas makanan berpengaruh terhadap minat beli ulang *Olive fried Chicken* di Kota Yogyakarta.
2. Persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang *Olive fried Chicken* di Kota Yogyakarta.
3. *Customer experience* berpengaruh terhadap terhadap minat beli ulang *Olive fried Chicken* di Kota Yogyakarta

5.1.2 Keterbatasan

Ada beberapa keterbatasan pada penelitian ini walaupun telah dilaksanakan dengan prosedur ilmiah:

1. Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden dengan responden terbatas konsumen yang ada di Kota Yogyakarta yang pernah membeli produk *Olive Fried Chicken*, sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan atau berlaku umum.
2. Digunakan hanya 3 variabel independen saja yaitu kualitas makanan, persepsi harga, dan *customer experience* pada

penelitian ini, sehingga tidak dapat mengetahui variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli ulang.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi *Olive Fried Chicken*

Olive Fried Chicken perlu untuk mempertahankan ataupun menambah kualitas makanan agar tetap menjaga produk tetap sesuai kualitas. Selain itu menjaga persepsi harga produk tetap terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian dengan manfaat. Selain itu *Olive Fried Chicken* agar tetap selalu menjaga *customer experience* dengan selalu memberikan kepuasan, informasi akses yang mudah, memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen juga menjadi nyaman. Hal-hal ini akan menjaga pengalaman yang telah terbentuk pada konsumen *Olive Fried Chicken* sehingga dapat meningkatkan minat beli ulang.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel yang belum diteliti pada penelitian ini misalnya promosi, *brand image*, dan lain-lain.
2. Pertanyaan terhadap responden pada penelitian ini dilakukan dengan metode pertanyaan tertutup sehingga kedepannya perlu diajukan pertanyaan dengan cara wawancara supaya jawaban-jawaban yang didapat dari responden dapat lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *Eproceedings Of Management*, 6(1), 1050-1057.
- A'yun, S. K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Scarlett Whitening Body Lotion (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa), 1-9.
- Chandra, H., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Xyz Surabaya Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 133-142.
- Darma, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 133-138.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., . . . Gebang, A. A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: Cv Media Sain Indonesia.
- Hidayanti, N., & Listiana, E. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Private Label Indomaret Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 381-387.

- Isfiandi, I., & Amin, A. M. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada Pt. Surya Asia Abadi Di Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 114-129.
- Ismail, A., & Ngatikoh, S. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Costumer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Roti Mawarid Di Pondok Pesantren Roudlotul Ulum Desa Karangtanjung, Alian, Kebumen. *Journal Of Management, Economics And Entrepreneur*, 1, 39-54.
- Janah, M., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal Of Management And Social Sciences*, 2(3), 216-237.
- Kalputri, S. F. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Olive Fried Chicken Di Glagahsari Yogyakarta. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 2(2), 92-99.
- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. *Emas*, 4(1), 22-31.
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180-186.

- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94-101.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *E-Proceeding Of Applied Science: Vol.6, No.1*, 30-36.
- Muttaqin, M. Z., & Kartini, I. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Gojek Di Kecamatan Taman Kabupaten. *Jurnal Ekonomi Manajemen (Jem17) Volume 5 No 2*, 1-16.
- Nurahman, I. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap (Jmbi Unsrat) Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab (Survei Pada Pelanggan Grab Di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(2), 404-426.
- Pardede, J. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Prettyfit Pada Pt.Christoper Adidaya Rekananda (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta), 34-46.
- Prof. Dr. H. M Sidik Priadana, M., & Denok Sunarsi S.Pd., M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Putri, A. V. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Tahu Gejrot Mitoha

Galak. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(3), 835-850.

Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Bredtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89-98.

Ramadhani, F., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(1), 766-771.

Safrina, W. D., Farida, N., & Ngatno, N. (2023). Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jemaah Pt. Penata Rihlah Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 140-148.

Setian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3 No 2*, 17-33.

Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79-87.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Yudiyanto, A. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(01), 105-117.

Yusnandar, W., & Usma, E. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Good Fella Coffee & Kitchen Tanjung Morawa (Doctoral Dissertation). 22-28.

