

Judul Penelitian : Pengaruh *Customer Value* dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Warung Lesehan Pak Brodin

Dosen Pembimbing : Ahmad Jauhari, S.Sos., M.M

: Beny Mahyudi Saputra, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Elisa Citra Anggraini

NPM : 19.13021.0482

Abstraksi

Pada era globalisasi saat ini, keberhasilan suatu bisnis membutuhkan ide kreatif dari pemilik bisnis. Perusahaan dituntut menghasilkan ide kreatif untuk memberikan nilai dan pengalaman positif bagi konsumen dengan tujuan meningkatkan dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Customer Value* (X1) dan *Customer Experience* (X2) terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y) Pada Warung Lesehan Pak Brodin. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* berupa *Accidental sampling* sebanyak 88 responden Warung Lesehan Pak Brodin. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, sedangkan analisis yang digunakan program software SPSS versi 25.0.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 9,938 + 0,200X_1 + 0,226X_2$. *Customer Value* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai Sig t $0,000 < 0,05$. *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai Sig t $0,000 < 0,05$. *Customer Value* dan *Customer Experience* berpengaruh sama-sama terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai Sig. F $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Customer Value*, *Customer Experience*, Keputusan Pembelian Ulang