

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG
(STUDI PADA *SAMMA COFFEE AND EATERY*)**

OLEH

**I DEWA PUTU PRIAMBADA, NIM. 2017041150
JURUSAN MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *customer experience* dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial terhadap niat beli ulang studi pada *Samma Coffee and Eatery*. Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *customer experience* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dan, (3) *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: *customer experience*, kualitas pelayanan, niat beli ulang.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of customer experience and service quality simultaneously or partially on repurchase intentions at Samma Coffee and Eatery. The research design used in this research is causal quantitative. Determining the sample in this study used a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The number of samples in this study was 150 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire and the analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this research are (1) customer experience and service quality have a positive and significant effect on repurchase intentions, (2) service quality has a positive and significant effect on repurchase intentions, (3) customer experience has a positive and significant effect on repurchase intentions.

Keywords: customer experience, service quality, repurchase intentions.