

ABSTRAK

Pertumbuhan industri makanan dan minuman semakin berkembang pesat. Banyak para usaha sejenis bersaing untuk menjadi pangsa pasar. DOTS Greentea merupakan usaha bidang kuliner yang memelopori minuman greentea pertama dengan harga terjangkau di Karawang. Untuk mencapai keberhasilan suatu usaha secara keseluruhan, maka kedai DOTS Greentea harus mengevaluasi ulasan dari pengalaman pelanggannya dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya karena kedua faktor tersebut tentu memiliki pengaruh yang cukup besar pada minat pembelian ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan sampel sebanyak 155 responden. Teknik pengambilan sampel diambil dengan teknik sampling *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Instrumen pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara, analisis data menggunakan analisis jalur (*Path Analys*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (4) secara tidak langsung pengalaman pelanggan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang, DOTS Greentea

ABSTRACT

The food and beverage industry is growing rapidly. Many similar businesses compete for market share. DOTS Greentea is a culinary business that pioneered the first affordable greentea drink in Karawang. To achieve the success of a business as a whole, the DOTS Greentea shop must at least evaluate the reviews from its customer experience and find out the level of customer satisfaction because these two factors certainly have a considerable influence on repurchase interest. The purpose of this study was to determine the effect of customer experience and customer satisfaction on repurchase interest. This type of research is a quantitative descriptive study, with a sample of 155 respondents. The sampling technique was taken using a non-probability sampling technique with purposive sampling. The data collection instruments were questionnaires and interviews, and data analysis used path analysis (*Path Analys*). The results of this study indicate that; (1) customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) customer experience has a positive and significant effect on repurchase interest, (3) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest, (4) indirectly customer experience has an effect and significant to repurchase intention through customer satisfaction.

Keywords: Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase Interest, DOTS Greentea