

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Coffeeshop V-Coffee Kota Padang**

**Oleh: Nazlla Puteri Afifah**

Penelitian ini bergantung pada masalah berhubungan dengan *customer experience* dan *repurchase intention* konsumen di V-Coffee Kota Padang, dimana masih terdapat *review* tentang keluhan konsumen yang disampaikan melalui website yang berhubungan dengan *customer experience* dan *repurchase intention* di V-Coffee Kota Padang. Investigasi ini bermaksud untuk memutuskan dampak pengalaman konsumen pada tujuan pembelian kembali pembeli di V-Coffee Padang. Penelitian ini menggunakan hubungan sebab akibat untuk eksplorasi kuantitatif. Konsumen yang berkunjung di V-Coffee Kota Padang adalah sampel dari penelitian ini yang berjumlah 95 orang. Strategi pengumpulan informasi penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan *skala likert* yang sudah di uji validitas, reabilitas, persyaratan analisis, analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 20.00.

Hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa dengan memberikan 13 pernyataan kepada 95 konsumen variabel *customer experience* yang berkunjung di V-Coffee Kota Padang berada pada kategori sangat baik 86%. Pada variabel *repurchase intention* konsumen berada pada kategori sangat baik 92%, besar t hitung 7,817 taraf sig  $0,00 < 0,05$ , R Square 0,397 artinya variabel *customer experience intention* mempengaruhi *repurchase intention* 39,7% dan 60,3% ditentukan oleh faktor lain.

**Kata kunci : *Customer Experience, Repurchase Intention***

