

ABSTRAK

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, VARIASI PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SEBLAK
PRASMANAN DAN BASO ACI YOI**

Yolanda Nia Nirmala
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh *customer experience*, variasi produk, dan harga secara simultan terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso aci Yoi, 2) pengaruh *customer experience* secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso aci Yoi, 3) pengaruh variasi produk secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso aci Yoi, 4) pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso aci Yoi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* melalui metode *purposive sampling*, data diperoleh melalui kuesioner dalam bentuk *goggle form* yang disebarkan kepada 101 responden konsumen Baso aci Yoi yang memenuhi kriteria. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu melalui analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi. Penelitian ini mengolah data menggunakan alat bantu aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Customer experience*, variasi produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso Aci Yoi, 2) *Customer experience* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso Aci Yoi, 3) Variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso Aci Yoi, 4) Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang pada Seblak Prasmanan dan Baso Aci Yoi.

Kata Kunci : *Customer Experience*, Variasi Produk, Harga, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE, PRODUCT VARIATION, AND PRICE ON REPURCHASE INTENTION AT SEBLAK PRASMANAN AND BASO ACI YOI

Yolanda Nia Nirmala
Management Study Program, Economics Faculty
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

This study aims to determine: 1) the simultaneous influence of customer experience, product variation, and price on repurchase intention at Seblak Prasmanan And Baso Aci Yoi; 2) the partial influence of customer experience on repurchase intention at Seblak Prasmanan And Baso Aci Yoi; 3) the partial influence of product variation on repurchase intention at Seblak Prasmanan And Baso Aci Yoi; and 4) the partial influence of price on repurchase intention at Seblak Prasmanan and Baso Aci Yoi. The sampling technique used in this study is non-probability sampling through purposive sampling. Data were obtained through a questionnaire in the form of a Google Form distributed to 101 respondents who are consumers of Baso aci Yoi and met the specified criteria. The data analysis techniques used in this study include descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and the coefficient of determination. The data were processed using SPSS version 25.0. The results of this study show that: 1) Customer experience, product variation, and price simultaneously influence repurchase intention at Seblak Prasmanan and Baso aci Yoi; 2) Customer experience partially influences repurchase intention; 3) Product variation partially influences repurchase intention; and 4) Price does not partially influence repurchase intention at Seblak Prasmanan and Baso aci Yoi.

Keywords: *Customer Experience, Product Variation, Price, Repurchase Intention*