



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER EXPERIENCE*,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE  
INTENTION* PADA MILITRUS *COFFEE SHOP* KRIAN  
SIDOARJO**

**MOCHAMMAD IRFAN MUSTOFA  
191500198**

**Dosen Pembimbing  
Tri Aripribowo, S.E., M.Si**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER EXPERIENCE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MILITRUS COFFEE SHOP  
KRIAN SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**MOCHAMMAD IRFAN MUSTOFA  
191500198**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Value, Customer Experience, dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention Militrus Coffee Shop Krian

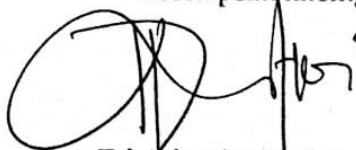
### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Mochammad Irfan Mustofa  
b. NIM : 191500198  
c. Program Studi : Manajemen  
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 14 maret 2023

Dosen pembimbing,



Tri Aripriatno, S.E., M.si

NPP.1809867/DY

## LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Value, Customer Experience, dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention pada Militrus Coffee Shop

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Mochammad Irfan Mustofa
- b. NIM : 191500198
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : Irfanmustofa85@gmail.com

  
Mengetahui,  
Ketua Program Studi,  
Made Saiful Dwiarta, S.E., M.M  
NPP.1109598/DY

Surabaya, 31 Mei 2023  
Dosen Pembimbing,

  
Tri Atijabowo, S.E., M.Si  
NPP.1809867/DY

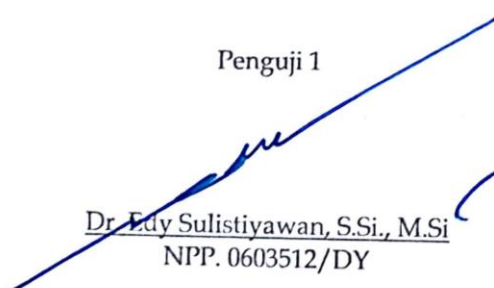
  
Menyetujui  
Dekan,  
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM  
NPP.0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Mochammad Irfan Mustofa  
NIM : 191500198  
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Value, Customer Experience, dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention pada Militrus Coffee Shop  
Hari : Senin  
Tanggal : 31 Mei  
Tahun : 2023

Penguji 1

  
Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si  
NPP. 0603512/DY

Penguji 2

  
Bisma Arianto, S.E., M.M  
NPP.1302663/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mochammad Irfan Mustofa

NIM : 191500198

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Perceived Value, Customer Experience, dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention pada Militrus Coffee Shop" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun akademik 2023 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 31 Mei 2023

Mahasiswa,



Mochammad Irfan Mustofa

NIM: 191500198

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa karunia kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Perceived Value, Customer Experience, dan Word of Mouth Pada Militrus Coffee Shop Krian Sidoarjo".

Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan selama di bangku kuliah.
4. Temat-teman saya yang telah memberikan motivasi, semangat dan bantuan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
5. Kepada Diri Sendiri yang selalu kuat dan semangat dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Aalamiin puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: " Pengaruh *Perceived Value, Customer Experience, dan Word Of Mouth* Terhadap *Repurchase Intention* *Militrus Coffee Shop* Krian Sidoarjo".

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hartono, M.Si. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Tri Aripriabowo, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dan Staff Fakultas Ekonomi Bisnis yang tidak penulis sebutkan satu persatu, atas ilmu yang telah diberikan.
6. Orang tua dan Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan moral dan moril.
8. Rekan - rekan yang telah berpartisipasi untuk membantu menyelesaikan penelitian ini dengan hasil yang terbaik.
9. Semua pihak yang telah mendukung untuk menyelesaikan proposal penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu.



Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya. 16 Maret 2023

Peneliti

## MOTTO

“Pasti ada jalan masio mbrasak-mbrasak”

## ABSTRAK

PertumbuhanLekonomiLdi Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini berdampak pada gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin maju mengikuti perubahan zaman. merupakan kafe yang menawarkan berbagai jenis kopi dan hidangan lainnya, kafe ini sangat terkenal di Indonesia yaitu militrus. TujuanLdari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah niat beli di Militrus Sidoarjo dipengaruhi oleh variabel yang dipilih, yaitu nilai yang dirasakan, pengalaman pelanggan dan dari mulut ke mulut. Sebanyak 112 responden atau informan dijadikan sampel, dimana identifikasi sampelLdilakukan dengan menggunakan teknikLnon-probability sampling dimana data yang diperoleh diperoleh dari instrumen sampling tunggal sampel. validitas dan reliabilitas.Data yang diperoleh kemudian di anslisis memakai regresi linier berganda yang telah melewati pengujian asumsi klasik. Dengan hasil sebagai beriikut  $Y = 2,306 + 0,340X_1 + 0,245X_2 + 0,353X_3 + e$ . Hasil uji menyatakan bahwa *Repurchase intention* pada Militrus Sidoarjo secara parsial dan positif serta signifikan dipengaruhi oleh *Perceived vaiue*, *Customer Experience*, *Word Of Mouth*, kemudian *Repurchase intention* pada Militrus Krian Sidoarjo. Yang hasilnya positif dan signifikan.

**.Kata kunci:** *Perceived vaiue*, *Customer Experience*, *Word Of Mouth*, *Repurchase intention*.

## ABSTRACT

*Economic growth in Indonesia has increased in recent years. This has an impact on the lifestyle of Indonesian people who are increasingly advanced following the changing times. is a cafe that offers various types of coffee and other dishes, this cafe is very famous in Indonesia, namely militrus. The aim of this study is to analyze whether purchase intention at Militrus Krian Sidoarjo is influenced by the selected variables, namely perceived value, customer experience and word of mouth. A total of 112 respondents or informants were sampled, where sample identification was carried out using non-probability sampling technique where the data obtained was obtained from a single sample sampling instrument. validity and reliability The data obtained is then analyzed using multiple linear regression which has passed the classical assumption test. With the following results  $Y = 2.306 + 0.340X_1 + 0.245X_2 + 0.353X_3 + e$ . The test results state that Repurchase intention at Militrus Sidoarjo is partially and positively and significantly influenced by Perceived value, Customer Experience, Word Of Mouth, then Repurchase intention at Militrus Krian Sidoarjo. The results are positive and significant.*

**Keywords:** *Perceived value, Customer Experience, Word Of Mouth, Repurchase intention.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
Lembar Pengesahan .....	iii
Berita Acara Ujian Skripsi .....	iv
Surat Pernyataan Keaslian .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
<b>1.4 Manfaat penelitian</b> .....	6
BAB II .....	7
TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
<b>2.1. Landasan Teori</b> .....	12
<b>2.2.1 Pemasaran</b> .....	12
<b>2.2.2 Perilaku konsumen</b> .....	12

2.2.3 <i>Perceived Value</i> .....	13
2.2.4 <i>Customer experience</i> .....	14
2.2.5 <i>Word Of Mouth</i> .....	15
2.2.6 <i>Repurchase intention</i> .....	15
2.2. Kerangka konseptual.....	16
2.3. Hipotesis.....	18
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN .....	19
3.2 Rancangan Penelitian .....	19
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	22
3.2.1 Populasi .....	22
3.2.2 Sampel.....	22
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	22
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1 Sumber Data .....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	23
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	24
3.4.3 Lokasi Penelitian.....	26
3.4.4 Waktu Penelitian.....	26
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	27

3.7	Jenis Data.....	27
3.5.1	Variabel Penelitian.....	27
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.8	Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1	Uji Instrumen.....	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.6.4	Koefisien Determinan ( $r^2$ ).....	34
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV	.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	37
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Gambaran Perusahaan.....	37
4.1.2	Logo dan Profil Produk.....	38
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2.2	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	40
4.3	Analisis Data Penelitian.....	45
4.3.1	Analisis Data.....	45
4.3.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

4.3.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
4.3.6 Uji Hipotesis .....	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.4.1 Pengaruh Perceived Value ( $X_1$ ) Terhadap Repurchase Intention( $Y$ ) .....	57
4.4.2 Pengaruh Customer Experience ( $X_2$ ) Terhadap Repurchase Intention( $Y$ ).....	57
4.4.3 Pengaruh Word of Mouth ( $X_3$ ) Terhadap Repurchase Intention ( $Y$ ) .....	57
4.4.4 Pengaruh Perceived Value ( $X_1$ ), Customer Experience ( $X_2$ ) dan Word of Mouth ( $X_3$ ) Terhadap Repurchase Intention( $Y$ ).....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
5.1 KESIMPULAN .....	59
5.2 SARAN.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2 Skala Likert.....	26
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ...	39
Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan usia .....	40
Tabel 4. 3 Distribusi frekuensi variabel perceived value .....	41
Tabel 4. 4 distribusi frekuensi variabel suasana toko.....	42
Tabel 4. 5 Distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan.....	43
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Repurchase Intention...	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliailitas .....	48
Tabel 4. 9 Uji Normalitas .....	49
Tabel 4. 10 Uji Multikolonieritas .....	50
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi .....	51
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian R Square .....	54
Tabel 4. 14 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	54
Tabel 4. 15 uji t parsial .....	55
Tabel 4. 16 Uji F .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	17
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian .....	21
Gambar 4. 1 logo Militrus .....	38
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Bimbingan Skripsi .....	64
Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian .....	65
Lampiran 3 : Surat Balasan Penelitian.....	66
Lampiran 4 : Daftar Hadir Ujian Proposal.....	67
Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 6 : Tabulasi Data Jawaban Responden .....	79
Lampiran 7 : Rekapitulassi Data .....	99
Lampiran 8 : Output Data SPSS .....	105