

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA
WISATA KULINER PEMPEK LALA 26 ILIR**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : Nani Angraini
NPM : 062040612516**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2024**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA
WISATA KULINER PEMPEK LALA 26 ILIR**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh :

**Nani Angraini
062040612516**

Menyetujui,

Pembimbing I

**Ummasyroh, S.E., M.Ed.M
NIP 196106051989032002**

Palembang 31 Juli 2024
Pembimbing II

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 197602222002121001**

Ketua Program Studi Usaha
Perjalanan Wisata

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

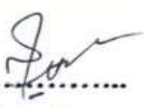
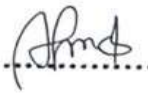
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nani Angraini
NPM : 062040612516
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan
Wisata
Mata Kuliah : Pemasaran Parawisata
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Experience dan Brand
Image Terhadap Repurchase Intention pada
Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat
Tanggal 2 Agustus 2024

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M Ketua Penguji		1 Agustus 2024
2.	Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. Anggota Penguji		2 Agustus 2024
3.	Alfitriani, S.ST.Par., M.Par. Anggota Penguji		2 Agustus 2024

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

N a m a : Nani Angraini
NPM : 062040612516
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap
Repurchase Intention pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26
Ilir

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya. Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang,
Penulis,



(Nani Angraini)

MOTTO

“Ketahuilah, sesungguhnya milik Allah-lah apa yang di langit dan di bumi. Dia mengetahui keadaan kamu sekarang. Dan (mengetahui pula) hari (ketika mereka) dikembalikan kepada-nya, lalu diterangkan-Nya kepada mereka apa yang telah mereka kerjakan. Dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”

(QS An-Noor 24:52)

“And The Motto Still The Same, Ball Like I Won A Championship Game”

(Future PLUTO Hendrix)

“We Cannot Become What We Want Just By Imagining And Dreaming, Do It And Show To The World That You Did It”

(Angraini)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk perjuangan dalam meraih gelar impian. Tulisan sederhana ini kupersembahkan untuk orang-orang yang telah berkontribusi dalam pengerjaan skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya yang sudah memberikan jiwa raga dan perasaannya untuk membesarkan saya, mendidik saya, mendukung saya dalam menempuh pendidikan .
2. Teman sekaligus sahabat saya selama menempuh perkuliahan Alda, Kamilah dan Nadila
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Usaha Perjalanan Wisata dan ter-khusus pada pembimbing saya yang sudah memberikan motivasi, semangat sekaligus inspirasi dalam pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, karena berkat nikmat dan limpahan rahmat serta karunia-Nya penulis dapat melaksanakan penelitian sekaligus dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu tanpa adanya halangan yang menghambat penyelesaian-Nya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat lulus Strata 1 pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Negeri Sriwijaya

Skripsi ini mengangkat judul penelitian tentang Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention* pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir Palembang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini didapat dari hasil kuesioner yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan, menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total 100 responden yang mewakili populasi. Responden yang berpotensi sebagai sampel adalah responden yang pernah mengunjungi dan membeli secara langsung pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir dengan maksimal frekuensi kunjungan 6 bulan terakhir.

Penyelesaian skripsi ini melibatkan beberapa pihak yang membantu, oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Tentunya penulisan pada skripsi ini masi terdapat kekurangan sehingga penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun dari para pembaca agar dapat menambah ilmu serta pembelajaran bagi penulis di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur selalu terpanjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention* pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir Palembang.

pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan serta pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak/Ibu selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya yang sedang menjabat beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi DIV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Alditia Detmuliati, S.ST.Par., M.Par., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed.M selaku Pembimbing I yang telah membantu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Pembimbing II yang telah membantu membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini
7. *Suppport system number one* yaitu Mama dan Bapak yang telah memberikan dukungan baik secara mental, emosional serta finansial
8. Segenap Dosen, Staf dan Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
9. Kepala Toko Pempek Lala 26 Ilir Palembang yang bersedia memberikan izin penelitian dan data yang dibutuhkan pada penelitian ini
10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam meluangkan waktu untuk

mengisi kuesioner guna sebagai data pada penelitian ini.

11. Saudara-saudara yaitu fera, jefri dan nara beserta 6 kucing saya yang memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
12. Teman-teman seperjuangan pada anggota “Grup Cecan” yang telah membantu memberikan solusi serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini

Hanya ucapan terima kasih yang dapat saya berikan kepada semua pihak yang telah saya sebutkan maupun beberapa pihak lain yang tidak sempat penulis sebutkan. Akhir kata semoga kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak dapat dibalas dengan kebaikan yang setimpal oleh Allah SWT. Amin Ya Rabbal Alamin.

Palembang, 31 Juli 2024

Penulis



Nani Angraini

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir Palembang. Metode pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Penarikan sampel menggunakan *Non-probability Sampling* dengan Teknik *Purposive Sampling*, sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus *Slovin* dengan total yang dihasilkan sebanyak 100 responden yang dapat mewakili dari jumlah populasi. Kriteria yang harus dipenuhi responden yaitu minimal pernah membeli dan berkunjung ke Pempek Lala 26 Ilir dalam frekuensi waktu 6 bulan terakhir. Untuk pengukuran variabel *customer experience* digunakan teori yang diadaptasi dari Schmitt, untuk pengukuran variabel *brand image* digunakan teori yang diadaptasi dari Biel dan *repurchase intention* menggunakan teori yang dikemukakan oleh Ferdinand. Pada penelitian ini digunakan metode analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 22. Penelitian ini menghasilkan bahwa *customer experience* dan *brand image* secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *repurchase intention* pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir Palembang.

Kata Kunci: *Customer Experience, Brand Image, Repurchase Intention, Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir*

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the effect of customer experience and brand image on repurchase intention at Pempek Lala Culinary Tourism 26 Ilir Palembang. The approach method used in this research is the Quantitative method. Sample withdrawal using Non-probability Sampling with Purposive Sampling technique, the sample in this study was calculated using the Slovin formula with the resulting total of 100 respondents who could represent the total population. The criteria that must be met by respondents are at least having bought and visited Pempek Lala 26 Ilir in the last 6 months. For the measurement of customer experience variable is used the theory adapted from Schmitt, for the measurement of the brand image variables used a theory adapted from Biel and repurchase intention using the theory put forward by Ferdinand. This study used Multiple Linear Regression Analysis methods using SPSS version 22 software. This study found that customer experience and brand image partially and simultaneously have a significant positive effect on repurchase intention at Pempek Lala 26 Ilir Culinary Tourism Palembang.

Keywords: *Customer Experience, Brand Image, Repurchase Intention, Pempek Lala 26 Ilir Culinary Tourism*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	10
1.3.Batasan Masalah.....	10
1.4.Tujuan Penelitian	10
1.5.Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2. Manfaat Praktis.	11
1.6.Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Pengertian Wisata Kuliner	14
2.2 Pengertian <i>Customer Experience</i>	14

2.2.1 Dimensi <i>Customer Experience</i>	15
2.3 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.3.1 Dimensi <i>Brand Image</i>	16
2.4 Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	17
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Berpikir.....	24
2.7 Hipotesis Penelitian	24
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7 Skala Pengukuran.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	34
3.8.1. Uji Validitas	34
3.8.2. Uji Reliabilitas	35
3.9. Uji Hipotesis	36
3.9.1. Uji Parsial (Uji t).....	36
3.9.2. Uji Simultan (Uji f).....	36
3.9.3. Uji Koefisien Determinan (R^2).....	36
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.10.1 Uji Normalitas.....	37
3.10.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	38

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Singkat Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir	40
4.1.2 Fasilitas Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir	40
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.2.5 Waktu Kunjungan Terakhir ke Pempek Lala 26 Ilir.....	47
4.2.6 Frekuensi Kunjungan Responden	48
4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden	49
4.3.1 Variabel <i>Customer Experience</i> (X_1)	49
4.3.2 Variabel <i>Brand Image</i> (X_2).....	52
4.3.3 Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	54
4.4 Uji Instrumen Penelitian	56
4.4.1 Uji Validitas	56
4.4.2 Uji Reliabilitas	58
4.5 Uji Hipotesis	59
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	59
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	61
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.6.1 Uji Normalitas.....	63
4.6.2 Uji Multikolinearitas	64
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.8 Pembahasan.....	67

4.8.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Wisatawan pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir.....	67
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir Palembang.....	70
4.8.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Wisata Kuliner Pempek Lala 26 Ilir	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
4.1 Kesimpulan	74
4.2 Saran	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Rating Pempek No.1 dari <i>Top 100 Seafood Dishes in the World</i>	3
Gambar 1.2 Rating Pempek No.13 dari <i>100 Best Dishes in the World</i>	4
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> Ulasan Negatif Pelanggan Pempek Lala.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	7
Gambar 4.1 Lahan Parkir Objek Penelitian	40
Gambar 4.2 Tampak Dalam Objek Penelitian	41
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Gambar 4.5 Waktu Kunjungan Terakhir Responden	48
Gambar 4.6 Frekuensi Kunjungan	49
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Makanan Khas Tradisional Palembang	4
Tabel 1.2. Data Pengunjung Pempek Lala 2019-2023.....	7
Tabel 1.3 Data Penjualan Online Pempek Lala (Transaksi)	8
Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	34
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5 Waktu Kunjungan Terakhir Responden ke Pempek Lala 26 Ilir	47
Tabel 4.6 Frekuensi Kunjungan	48
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Responden Variabel Customer Experience	50
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image.....	52
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Repurchase Intention ..	54
Tabel 4.10 Uji Validitas	57
Table 4.11 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji t).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	66
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linear Berganda	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kesepakatan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10 Tabel r
- Lampiran 11 Tabel F
- Lampiran 12 Tabel t
- Lampiran 13 Revisi Laporan Akhir/Skripsi
- Lampiran 14 Tanda Persetujuan Laporan Akhir/Skripsi