

# SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *MENU VARIETY*,  
DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *REPEAT PURCHASE*  
PADA TOMORO COFFEE TAMBAKSARI KOTA SURABAYA**



Oleh :

**LIA FERNANDA**  
**NBI: 1212200228**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *MENU VARIETY*, DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *REPEAT PURCHASE* PADA TOMORO COFFEE TAMBAKSARI KOTA SURABAYA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Di Ajukan Oleh:**

**Lia Fernanda**

**NBI: 1212200228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

===== SKRIPSI =====

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *MENU VARIETY*, DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *REPEAT PURCHASE* PADA TOMORO COFFEE TAMBAKSARI KOTA SURABAYA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Di Ajukan Oleh:**

**Lia Fernanda**

**NBI: 1212200228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *MENU VARIETY*, DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *REPEAT PURCHASE* PADA TOMORO COFFEE  
TAMBAKSARI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

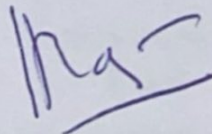
Oleh:  
**LIA FERNANDA**  
**NBI: 1212200228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Lia Fernanda  
NBI : 1212200228  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience*, *Menu Variety*, dan *Price Perception* Terhadap *Repeat Purchase* Pada Tomoro Coffee Tambaksari Kota Surabaya

Surabaya, 28 November 2025  
Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing



Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM

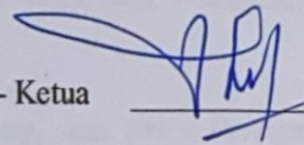
## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan penguji skripsi Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas 17 Agustus 1945 surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 2025.

### TIM PENGUJI :

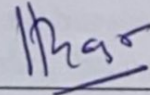
1. Dr. Abdul Halik, MM

- Ketua



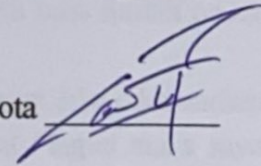
2. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM

- Anggota



3. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, ST.,MBA

- Anggota



Mengesahkan  
Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945



Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA.

NPP: 20220.85.0043

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama (KTP) : Lia Fernanda (P)
2. NBI : 1212200228
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3503054309030001
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Duren, Kec. Tugu, Kab. Trenggalek

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh *Customer Experience*, *Menu Variety*, dan *Price Perception* Terhadap *Repeat Purchase* Pada Tomoro Coffee Tambaksari Kota Surabaya”** adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa adanya sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya

Surabaya, 28 November 2025



(Lia Fernanda)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lia Fernanda  
NBI/NPM : 1212200228  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Customer Experience*, *Menu Variety*, dan *Price Perception* Terhadap *Repeat Purchase* Pada Tomoro Coffee Tambaksari Kota Surabaya”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 06 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Lia Fernanda)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience*, *Menu Variety*, dan *Price Perception* Terhadap *Repeat Purchase* Pada Tomoro Coffee Tambaksari Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

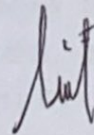
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAL. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Manajer Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya yang sudah mengizinkan untuk meneliti. Dan seluruh konsumen Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya

yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian saya, dan mendukung agar skripsi saya cepat selesai dengan hasil memuaskan.

7. Orang tua saya tercinta, Ibu Yanti dan Ayah Endrik yang telah mendidik, membimbing, dan mengasuh saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang begitu besar dan tulus serta tidak pernah berhenti memberikan dorongan, perhatian dan doa terhadap saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Terakhir, ku persembahkan kepada wanita hebat, terkuat dan paling mandiri yaitu diriku Lia Fernanda. Aku tahu, tidak mudah menjadi kamu. Tapi hari ini, izinkan aku berkata terima kasih untuk semua luka yang tak kau tunjukkan, untuk semua doa yang kau panjatkan dalam diam, untuk semua malam yang kau lewati dengan dada sesak tapi tetap memilih esok. Terima kasih untuk tidak menyerah, meski tak ada yang tahu betapa banyak hal yang harus di perjuangkan. Aku bangga padamu, bukan karena kau sempurna, tapi karena kau bertahan disaat semua alasan untuk menyerah begitu banyak. Teruslah berjalan meski perlahan, asal tidak berhenti.

Surabaya, 28 November 2025



(Lia Fernanda)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan, variasi menu, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian berulang di Tomoro Coffee di Tambaksari, Surabaya. Menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam bisnis kuliner, khususnya di industri kafe, pengalaman pelanggan merupakan faktor penting yang menentukan loyalitas dan keputusan pembelian berulang. Variasi menu yang menarik dan persepsi harga yang tepat diyakini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pendekatan survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari pelanggan Tomoro Coffee yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen pengalaman pelanggan, variasi menu, dan persepsi harga terhadap variabel dependen, pembelian berulang, serta pengaruh simultan dari ketiganya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian berulang. Ini berarti bahwa semakin baik 1) pengalaman pelanggan selama interaksi mereka dengan Tomoro Coffee, termasuk aspek sensorik, emosional, kognitif, dan interaksi sosial, semakin tinggi kemungkinan mereka melakukan pembelian berulang. 2) Variasi menu juga memainkan peran penting dalam meningkatkan niat pembelian berulang dengan menawarkan beragam pilihan menu dalam hal jenis, rasa, penampilan, dan ketersediaan. Lebih lanjut, 3) Persepsi harga, termasuk keterjangkauan, kompatibilitas harga-kualitas, dan daya saing harga, telah terbukti memengaruhi keputusan pembelian berulang pelanggan di Tomoro Coffee. Ketiga variabel ini secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian berulang, menunjukkan bahwa strategi manajemen pemasaran terpadu yang melibatkan pengalaman pelanggan, variasi menu, dan penetapan harga yang tepat secara signifikan berkontribusi pada loyalitas pelanggan.

**Kata kunci: Pengalaman pelanggan, Variasi menu, Persepsi harga, Pembelian berulang**

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of customer experience, menu variety, and price perception on repeat purchase decisions at Tomoro Coffee in Tambaksari, Surabaya. Facing increasingly fierce competition in the culinary business, particularly in the cafe industry, customer experience is a crucial factor determining loyalty and repeat purchase decisions. An attractive menu variety and appropriate price perception are believed to increase customer satisfaction and encourage repeat purchases.*

*The research method used was quantitative, with a survey approach using a questionnaire as the data collection instrument. The study sample consisted of Tomoro Coffee customers selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of each independent variable—customer experience, menu variety, and price perception—on the dependent variable, repeat purchases, as well as the simultaneous effect of all three.*

*The results showed that customer experience had a significant positive effect on repeat purchases. This means that the better a 1) customer's experience during their interaction with Tomoro Coffee, including sensory, emotional, cognitive, and social interaction aspects, the higher their likelihood of repeat purchases. 2) Menu variety also plays a crucial role in increasing repeat purchase intention by offering a diverse selection of menu items in terms of type, flavor, appearance, and availability. Furthermore, 3) price perceptions, including affordability, price-quality compatibility, and price competitiveness, have been shown to influence customers' repeat purchase decisions at Tomoro Coffee. These three variables simultaneously have a positive and significant influence on repeat purchases, indicating that an integrated marketing management strategy involving customer experience, menu variety, and appropriate pricing significantly contributes to customer loyalty.*

**Keyword:** *Customer experience, Menu variety, Price perception, Repeat purchas*

## RINGKASAN

Persaingan ketat dalam bisnis kuliner yang mendorong pelaku usaha untuk berinovasi, khususnya dalam meningkatkan pengalaman pelanggan (*customer experience*), menyediakan variasi menu (*menu variety*), serta persepsi harga (*price perception*) untuk mendorong pembelian ulang (*repeat purchase*) di Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya. Penelitian ini dilakukan karena pentingnya faktor-faktor tersebut sebagai strategi bisnis dalam memenangkan pasar kafe yang terus bertumbuh di Surabaya, dengan Tomoro Coffee sebagai objek studi yang menawarkan layanan 24 jam dan menu yang beragam guna menciptakan nilai bagi pelanggan.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Customer Experience*, *Menu Variety*, dan *Price Perception* secara parsial maupun simultan terhadap *Repeat Purchase* pada Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya. Secara spesifik, penelitian bertujuan menguji bagaimana pengalaman pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian ulang, bagaimana variasi menu yang ditawarkan meningkatkan minat kembali konsumen, serta bagaimana persepsi konsumen terhadap harga mempengaruhi loyalitas pembelian ulang, sehingga dapat memberikan masukan untuk strategi pemasaran bisnis kafe.

Desain penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sampel diambil menggunakan rumus lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini dihasilkan uji t menunjukkan bahwa variabel *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap *repeat purchase* dengan signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). *menu variety* berpengaruh signifikan terhadap *repeat purchase* dengan signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ). *Price perception* berpengaruh signifikan terhadap *repeat purchase* dengan signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Data hasil uji f diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas *Customer Experience* (X1), *Menu Variety* (X2), dan *Price Perception* (X3) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat *repeat purchase*.

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR</b> .....	<b>i</b>
<b>COVER DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1.1 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1.3 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 <i>Customer Experience</i> .....	9
2.1.2.1 Definisi <i>Customer Experience</i> .....	9
2.1.2.2 Manfaat <i>Customer Experience</i> .....	10
2.1.2.3 Indikator <i>Customer Experience</i> .....	11
2.1.3 <i>Menu Variety</i> .....	11
2.1.3.1 Definisi <i>Menu Variety</i> .....	11
2.1.3.2 Manfaat <i>Menu Variety</i> .....	12
2.1.3.3 Indikator <i>Menu Variety</i> .....	12
2.1.4 <i>Price Perception</i> .....	13

2.1.4.1	Definisi <i>Price Perception</i> .....	13
2.1.4.2	Dimensi <i>Price Perception</i> .....	13
2.1.4.3	Indikator <i>Price Perception</i> .....	14
2.1.5	<i>Repeat Purchase</i> .....	14
2.1.5.1	Definisi <i>Repeat Purchase</i> .....	14
2.1.5.2	Indikator <i>Repeat Purchase</i> .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu .....	16
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	19
2.1.3	Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repeat Purchase</i> .....	19
2.3.2	Hubungan antara <i>Menu Variety</i> Terhadap <i>Repeat Purchase</i> .....	20
2.3.3	Hubungan <i>Price Perception</i> Terhadap <i>Repeat Purchase</i> .....	20
2.3.4	Hubungan <i>Customer Experience, Menu Variety, Price Perception</i> Terhadap <i>Repeat Purchase</i> .....	21
2.4	Kerangka Konseptual .....	21
2.5	Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III</b>	.....	<b>23</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>23</b>
3.1	Desain Penelitian .....	23
3.2	Tempat dan Waktu penelitian .....	23
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1	Jenis Data.....	23
3.3.2	Sumber Data .....	23
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi .....	23
3.4.2	Sampel .....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	25
3.6.1	Definisi Variabel .....	25
3.6.1.1	Variabel Bebas.....	25
3.6.1.2	Variabel Terikat .....	26
3.6.2	Definisi Operasional .....	26
3.7	Proses Pengolahan Data .....	29
3.8	Metode Analisa Data .....	30
3.8.1	Uji Instrumen.....	30
3.8.1.1	Uji Validitas.....	30
3.8.1.2	Uji Instrumen.....	31
3.8.2	Teknik Pengujian Hipotesis .....	31
3.8.2.1	Teknik Analisis Data .....	31

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	31
3.8.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
3.8.2.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	33
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	33
3.9.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t) .....	33
3.9.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	33
<b>BAB IV .....</b>	<b>35</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	36
4.2.1.1 Usia .....	36
4.2.1.2 Jenis Kelamin .....	36
4.2.1.3 Intensitas Berkunjung.....	37
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	37
4.4 Hasil Analisis Data .....	38
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	38
4.4.1.1 Uji Validitas.....	38
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	40
4.4.2.2 Uji Multikoloniaritas .....	41
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
4.4.3 Uji F.....	43
4.4.4 Uji t.....	44
4.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.5.1 <i>Customer experience</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>repeat purchase</i> pada Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya.....	47
4.5.2 <i>Menu Variety</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>repeat purchase</i> pada Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya .....	48
4.5.3 <i>Price Perception</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>repeat purchase</i> pada Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya .....	48
4.5.4 <i>Customer experience, Menu variety, dan Price perception</i> secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap <i>repeat purchase</i> pada Tomoro Coffee Tambaksari Surabaya.....	49
4.6 Implementasi Penelitian .....	49

4.7 Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>BAB V.....</b>	<b>51</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan cafe di Kota Surabaya dari tahun 2017-2020 .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	22
Gambar 4. 1 Grafik Plot Heteroskedastisitas .....	43

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert .....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung .....	37
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4. 7 Uji Multikoloniaritas .....	42
Tabel 4. 8 Uji F.....	44
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Uji Koefisien Parsial (Uji t) .....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	57
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	62
Lampiran 3. Gambar .....	73
Lampiran 4. Uji Validitas .....	74
Lampiran 5. Uji Reliabilitas .....	77
Lampiran 6. Uji Normalitas .....	79
Lampiran 7. Uji Multikoloniaritas .....	79
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas .....	80
Lampiran 9. Uji F .....	80
Lampiran 10. Uji T .....	81
Lampiran 11. Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
Lampiran 12. Koefisien Determinasi .....	81