

## ABSTRAK

### PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh:

**MEGA AYU CAHYA MUSTIKA**

Ramainya perbincangan masyarakat di media sosial terkait gerai Mixue yang semakin meluas hingga saat ini, ada lebih dari 300 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Hingga Mixue dijuluki oleh warganet sebagai “Malaikat Pencatat Ruko Kosong”. Namun, hasil pra penelitian menemukan bahwa penjualan Mixue untuk perbulannya belum maksimal mencapai target yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang, untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang, dan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan variasi produk secara simultan terhadap minat beli ulang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen Mixue *Ice Cream and Tea* di Kota Bandar Lampung, dengan sampel sebanyak 210 responden. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 21 item pertanyaan yang berisi masing-masing variabel penelitian. Pengujian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi ( $r^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, serta *customer experience* dan variasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

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