

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA, DAN *CUSTOMER*
EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG J.CO
DONUTS AMBARUKMO PLAZA
(Survey pada Konsumen J.Co Donuts di Ambarukmo Plaza Yogyakarta)**

Disusun oleh:

WAYAN WIRTE

NIM. 141140360

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

wayanwirte@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Ulang J.Co Donuts Ambarukmo Plaza. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: berusia minimal 17 tahun dan setidaknya telah melakukan pembelian J.CO Donuts di Ambarukmo Plaza dalam 3 bulan terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang J.Co Donuts Ambarukmo Plaza pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.761, artinya 76.1% variasi dari Keputusan Pembelian Ulang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience*) dan sisanya yaitu 23.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience* bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci: Variasi Produk, Harga, *Customer Experience*, Keputusan Pembelian Ulang