

ABSTRAK

Mira Marisa, NIM 3402220066, “Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Mulyasari Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr.Nana Darna S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Lia Yulia, S.T., M.M. (Pembimbing II).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu: 1] Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari?: 2] Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari?: 3] Bagaimana pengaruh *customer experience* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1] Menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari. 2] Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari. 3] Menganalisis pengaruh *customer experience* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* pelanggan rumah makan Mulyasari. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis parsial (uji t), analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, uji F. hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* besarnya pengaruh 74,1%, sementara 25,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* besarnya pengaruh sebesar 75,9%, sementara 24,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya *customer experience* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* besarnya pengaruh 78,9%, sedangkan 21,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Diharapkan pada Rumah Makan Mulyasari Ciamis selalu berusaha meningkatkan *Customer Experience* dan *Brand Image* sehingga meningkatkan *Repurchase Intention* pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Experience, Brand Image, Repurchase Intention*