

Pengaruh Kualitas Produk Dan Pengalaman Membeli Terhadap Minat Beli Ulang Pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar

¹Ida Bagus Krishna Duta Kusuma, ²Ni Ketut Sukanti, ³Putu Gede Denny Herlambang, ⁴I Dewa Agung Ayu Eka Idayanti, ⁵Octavianus Sumardana Pratama, ⁶Anak Agung Istri Agung Ovy Dwijyanthi, ⁷Tjokorda gde agung Wijaya kesuma suryawan

¹Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, idabaguskrisna001@gmail.com,

²Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, ketut.sukanti@unr.ac.id

³Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, denny.herlambang@unr.ac.id

⁴Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, eka.idayanti@gmail.com

⁵Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, Ovydwijyanthi98@gmail.com

⁶Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, octavianus.pratama@gmail.com

⁷Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia, tjokorda.suryawan@unr.ac.id

Corresponding author: idabaguskrisna001@gmail.com

Abstrak

Terdapatnya atensi serta ditemui kasus berhubungan dengan kualitas produk serta pengalaman membeli dalam upaya tingkatkan minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Tujuan riset yakni: Buat mengenali akibat dengan cara bersama-sama serta individual antara kualitas produk serta pengalaman membeli kepada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Jumlah ilustrasi ditetapkan dengan tata cara purposive sampling sebesar 100 orang pelanggan yang telah sempat berbelanja lebih dari sekali, berencana melaksanakan pembelian ulang serta berumur diatas 17 tahun keatas. Informasi dianalisis dengan memakai percobaan anggapan klasik, analisa regresi linier berganda, analisa pemastian, analisa percobaan F(F- test), serta analisa percobaan t(t- test). Hasil riset membuktikan terdapat akibat yang searah serta nyata dengan cara bersama-sama ataupun individual antara kualitas produk serta pengalaman membeli pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Kata kunci : Kualitas Produk, Pengalaman Membeli dan Minat Beli Ulang

Abstract

Concerns and issues with product quality and the purchasing process have been reported in an attempt to boost interest in Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar's repurchases. The goal of the study was to ascertain the bersama-samaeous and partial impact of product quality and shopping experience on consumers' desire to make further purchases at Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Purposive sampling was used to choose up to 100 samples from customers who had previously shopped, intended to do so again, and were at least 17 years old. The traditional assumption test, multiple linear regression analysis, decision analysis, F test analysis (F-test), and t test analysis (t-test) were used to examine the data. The findings indicated that product quality and purchasing experience had a favorable and substantial impact on customers' intentions to make more purchases at Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Keywords: Product Quality, Buying Experience and Repurchase Intention

PENDAHULUAN

Pariwisata di Bali pada khususnya merupakan salah satu sektor penting dan menjadi potensi untuk menambah devisa negara (Sudika dan Sukanti,2022). Sektor ekonomi tersier khususnya Jasa Industri Pariwisata saat ini dan kedepan akan menjadi sumber utama pendapatan Nasional dan daerah serta penyumbang terbesar Devisa bagi Negara kita Indonesia (Sutedja, Dkk,2019). Kegiatan manajemen penjualan merupakan cara dimana industri menghasilkan nilai untuk klien serta membuat ikatan yang kuat dengan klien, dengan tujuan membekuk nilai dari klien selaku imbalannya (Kotler serta Armstrong, 2017). Kemajuan ekonomi selalu merupakan prioritas yang harus dikejar oleh suatu negara (widyanasari Dkk, 2020). Media masa cetak dan elektronik, banyak kita jumpai iklan yang kreatif baik tampilan visual maupun audionya semuanya untuk dapat menarik masyarakat, (Sukanti,2019).

Sektor ekonomi tersier khususnya Jasa Industri Pariwisata saat ini dan kedepan akan menjadi sumber utama pendapatan Nasional dan daerah serta penyumbang terbesar Devisa bagi Negara kita Indonesia, mengingat sumber penerimaan dari sector primer dan skunder terutama dari sumberdaya alam lambat laun akan berkurang dan habis (Sutedja dkk,2019). Terdapatnya perkembangan teknologi serta informatika, menuntut industri buat bisa menjajaki kemajuan zaman supaya tidak terabaikan dengan yang yang lain. Pemasar yang hendak menjual produknya, berbentuk benda serta pelayanan wajib sanggup penuhi apa yang diperlukan serta di idamkan para kliennya, alhasil dapat membagikan nilai yang lebih bagus dari pada rivalnya. Pemasaran wajib berupaya pengaruhi pelanggan dengan seluruh metode supaya pelanggan mau membeli produk yang ditawarkannya, apalagi

yang semula tidak mau, jadi mau membeli. Buat meminimalisir kompetisi yang semakin ketat hingga butuh di lakukan upaya produsen memiliki kedudukan yang besar dalam membuat suatu produk yang memiliki nilai besar serta bisa diyakini oleh pelanggan alhasil nantinya hendak terwujud minat buat membeli produk itu (Danarko, 2020). Loyalitas pelanggan maupun konsumen adalah salah satu unsur yang penting untuk keberlangsungan usaha atau suatu bisnis sehingga hal ini menjadi alasan utama suatu pelaku suatu usaha atau bisnis guna mempertahankan loyalitas para konsumen atau pelanggannya (Sukanti,dkk, 2021).

Pembelian ulang pelanggan atas produk merupakan sesuatu yang diharapkan oleh industri buat menjaga kesinambungan hidup industri. Industri hendak berupaya bersaing dengan cara kompetitif buat menghasilkan pengalaman pelanggan yang bagus pada saat memakai produk ataupun pelayanan yang hendak memunculkan kecondongan tindakan pembelian konsumen dalam jangka waktu khusus yang dicoba dengan cara berulang- ulang (Lestari, 2018). Bagi Danarko(2020) minat beli ulang bisa dimaksud selaku terdapatnya kecondongan seorang buat memakai sesuatu produk yang diperoleh oleh industri. Kala pelanggan memandang produk yang di tawarkan pastinya pelanggan itu hendak berpikir buat mencoba produk yang di tawarkan alhasil terwujud keyakinan serta ketetapan buat mencoba suatu produk yang ditawarkan.

Bidang usaha kuliner yang mempraktikkan banyak sekali rancangan, yakni restoran, warung kaki lima, angkringan, sampai bistro serta cafe. Bidang usaha kuliner ditaksir amat menjanjikan sebab melayani keinginan dasar tiap orang, yakni santapan. Dari bermacam berbagai banyaknya kuliner yang ditawarkan, babi guling merupakan salah satu menu

santapan yang tidak asing lagi serta disukai oleh warga Bali pada khususnya. Menu babi guling jadi salah satu opsi tipe usaha bidang usaha kuliner. Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar merupakan tipe usaha yang beranjak dibidang usaha kuliner. Dari banyaknya kuliner yang menyuguhkan menu-menu babi guling, Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar bisa jadi salah satu opsi tempat makan sebab dari bidang rasa yang nikmat. Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar menyuguhkan kuliner babi guling dengan cita rasa khas Gianyar. Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar terdapat di tengah persawahan yang bakal jadi hiburan tertentu dalam menyantap santapan. Semakin ketatnya pelaku bidang usaha, terlebih yang mempunyai usaha yang serupa membuat owner Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar dituntut buat meluaskan jangkuan pemasarannya dan tingkatkan minat beli ulang.

Membuat minat beli ulang pelanggan bukanlah suatu masalah yang gampang buat dicoba dengan cara yang praktis. Salah satu metode yang bisa ditempuh buat tingkatkan minta beli ulang yakni dengan memastikan strategi yang pas supaya industri senantiasa sanggup bertahan ditengah kompetisi. Kompetisi dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para wiraswasta kuliner berupaya mencari strategi yang pas dalam menjual produknya alhasil memunculkan minat beli ulang pelanggan. Semakin ketatnya kompetisi bisnis yang terdapat, terutama kompetisi yang berawal dari industri sejenis, membuat industri semakin dituntut supaya bergerak lebih cepat dalam perihal menarik minat beli ulang pelanggan. Terlebih di tengah- tengah kompetisi usaha kuliner yang semakin pesat, Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar dituntut buat senantiasa tingkatkan minat beli kliennya.

Bersumber pada riset awal yang dicoba oleh periset, nampak kalau terdapatnya minat beli ulang yang kurang bagus dari pelanggan Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Bersumber pada hasil presurvey kepada 50 orang pelanggan yang berkunjung pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar nampak kalau minimnya minat beli ulang pelanggan.

Berdasarkan prasurvey kepada 50 orang pelanggan kepada minat beli ulang pelanggan, membuktikan kalau beberapa besar pelanggan tidak ingin melakukan pembelian balik sejumlah 26 orang, minat membeli ulang pelanggan tidak besar sejumlah 28 orang, produk yang dijual tidak menimbulkan minat membeli ulang sejumlah 27 orang dan tidak mempunyai minat beli ulang sebab tidak mempunyai pengalaman membeli bagus sebelumnya sejumlah 29 orang. Ini mengindikasikan kalau minimnya minat beli ulang pelanggan pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Tidak hanya hasil presurvey, kasus menyusutnya minat beli pelanggan bersumber pada hasil tanya jawab kepada pelanggan diakibatkan oleh minimnya saran dari kerabat dekat perihal Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar, Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar bukan opsi awal dikala mau makan babi guling, dan minimnya minat melaksanakan pembelian ulang.

Kualitas produk ialah salah satu aspek yang jadi materi estimasi seseorang pelanggan mempunyai minat beli ulang sesuatu produk. Kualitas produk jadi kunci beberapa pelanggan dalam memilah sesuatu produk buatenuhi kebutuhannya serta ambisinya(Suhardi, dkk., 2022). Kualitas produk yang sesuai harapan, kemauan serta keinginan pelanggan bisa bawa dampak yang bagus pula untuk industri tersebut, yakni pelanggan hendak membeli ulang kepada produk industri itu. Kotler(2018) kualitas produk ialah karakteristik serta karakter sesuatu benda ataupun pelayanan yang mempengaruhi pada kemampuannya buat memuaskan keinginan yang dinyatakan ataupun tersirat. Kualitas produk wajib mempunyai kualitas sebagai sesuatu dasar strategi bisnis yang sediakan barang ataupun

pelayanan buat memuaskan pelanggan, alhasil nantinya hendak terwujud minat beli ulang. Minat beli ulang hendak timbul dengan sendirinya dalam diri seorang. Pelanggan merasa terpicat, terdorong pada apa yang diamati serta berencana buat membeli ulang produk yang diamati ataupun ditawarkan(Suhardi, dkk., 2022).

Kualitas produk ialah salah satu aspek yang butuh dicermati untuk tingkatkan minat beli pelanggan. Ada pula tipe- tipe produk makanan yang ditawarkan Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar semacam sate babi, sop babi, lawar, kulit babi dan olahan dari daging babi yang lain. Tetapi dari hasil pemantauan masih ditemui kasus perihal kualitas produk. Pelanggan cenderung memilah produk yang bermutu tinggi buat dikonsumsi, semakin bagus kualitas produk sehingga semakin besar pula kebahagiaan pelanggan akan produk itu, alhasil berakibat pada melonjaknya minat beli ulang pelanggan. Tetapi perihal itu kerap diabaikan oleh industri, kualitas produk jadi disampingkan serta sering- kali cuma berpusat pada profit semata. Bersumber pada tanya jawab yang dicoba pada pelanggan Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar ada kasus yang terjadi terpaut kualitas produk. Sebagian kasus perihal keluhan- keluhan yang berhubungan dengan kualitas produk antara lain makanan yang di suguhkan tidak komplit mayoritas stoknya kosong, makanan kurang tahan lama, daging yang alot, kulit babi yang kurang garing serta renyah dan bumbu yang dipakai kurang kuat.

Riset ini diperkuat dengan riset yang dicoba oleh Iis(2020) hasil penelitiannya merumuskan kalau kualitas produk mempengaruhi nyata pada minat beli ulang Kopi Kakak Madiun. Riset ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Ahmad serta Tri(2022) yang merumuskan kalau kualitas produk mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang pelanggan BBQ Mountain Boys Burger Bandung. Tetapi, hasil riset yang dicoba oleh Intan(2018),

hasil penelitiannya merumuskan kalau kualitas produk dengan cara individual tidak mempengaruhi searah kepada minat beli ulang.

Aspek lain yang bisa pengaruh minat beli ulang pelanggan ialah pengalaman membeli. Bagi Anissa, dkk.,(2019) pengalaman ialah peristiwa yang dirasakan secara individu kala merespon sebagian stimuli(semacam reaksi saat sebelum serta setelah pembelian). Sesuatu pengalaman mengaitkan semua kehidupan serta bisa ditanamkan dalam produk, dipakai buat mempertinggi pelayanan, ataupun membuat pengalaman itu sendiri. Berartinya pengalaman klien buat tingkatkan kemampuan bisnis berarti kalau pedagang wajib menguasai gimana memastikan pengalaman klien yang bagus dengan cara maksimal, alhasil bisa tingkatkan minat beli ulang pelanggan. Seperti perihalnya bila pelanggan yang telah melaksanakan pembelian dengan cara berulang hingga mereka secara langsung membagikan dampak yang bagus kepada bisnis itu, alhasil dengan pengalaman pembelian mereka hendak bisa pengaruh pelanggan lain buat mencoba produk itu, sebab bisa saja mereka belum sempat mencobanya. Pengalaman terjalin dengan cara langsung dikala pelanggan melaksanakan aktivitas berbelanja, menerima, membeli, serta mengkonsumsinya(Nidya serta Artha, 2019).

Bersumber pada tanya jawab yang dicoba dengan pelanggan diketahui kalau pelanggan merasa pengalaman membeli yang kurang bagus, minimnya anggapan searah ini membuat pelanggan tidak bakal berbelanja kembali serta berakibat pada minat beli ulang pelanggan. Tidak hanya itu pelanggan mengeluhkan kalau porsi makanan yang diberikan kurang, dan makanan yang telah dipesan sering- kali penyajiannya lama.

Hasil riset yang dicoba oleh Ayu, dkk.,(2021) hasil riset ini membuktikan kalau experiential marketing mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang

pelanggan Semusim Café Kota Malang. Riset ini dibantu oleh riset yang dicoba oleh Dwi(2022) yang membuktikan kalau variabel customer experience mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok. Tetapi, riset yang dicoba oleh Andre serta Irda(2021) merumuskan kalau pengalaman berbelanja tidak mempengaruhi searah ataupun nyata pada minat beli ulang.

METODE PENELITIAN

Tipe riset ini merupakan riset kuantitatif. Riset ini dicoba pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar yang beralamat di Desa Beng, Kabupaten Gianyar. Obyek riset ini merupakan hal kualitas produk serta pengalaman membeli pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Ada pula jumlah populasi dari hasil observasi penulis dalam satu tahun pelanggan yang berkunjung pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar tahun 2022 yakni sebesar 29.187 orang pelanggan. Jumlah ilustrasi dalam riset ini yakni sebesar 100 orang pelanggan. Ada pula metode pengumpulan sampelnya yakni dengan cara purposive sampling dengan memutuskan patokan yaitu pelanggan yang telah sempat berbelanja lebih dari sekali, berencana melakukan pembelian ulang serta berumur diatas 17 tahun keatas. Ada pula sumber informasi yang dipergunakan dalam riset ini yakni informasi primer serta informasi sekunder. Bersumber pada karakternya informasi yang dipergunakan ialah informasi kuantitatif serta informasi kualitatif. Metode pengumpulan informasi yang dipakai didalam riset ini yakni selaku berikut: pemantauan, tanya jawab, angket serta riset dokumentasi. Metode analisa informasi yang dipakai antara lain: Percobaan Keabsahan serta Reliabilitas Instrumen Penelitian, Percobaan Anggapan Klasik, Analisa Regresi Linier Berganda, Analisa Pemastian, Analisa Percobaan F(F-test) serta Analisa Percobaan t(t- test).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

membuktikan kalau tiap variabel yang dipakai dalam riset ini diklaim valid serta reliabel. Dimana nilai koefisien hubungan tiap butir item pernyataan merupakan lebih dari 0,1966 alhasil instrumen riset ini diklaim valid. Hasil percobaan reliabilitas pula membuktikan angka cronbach' s alpha tiap-tiap variabel lebih besar dari 0,70 alhasil instrumen diklaim reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pengetesan ini terdiri atas percobaan multikolinieritas, percobaan heteroskedastisitas serta percobaan normalitas. Selanjutnya hasilnya bakal dipaparkan satu per satu:

- a. Uji Multikolinieritas, nilai tolerance=0,721>0,10 ataupun serupa dengan nilai VIF=1,387<10. Ini bisa disimpulkan kalau bentuk regresi layak digunakan dalam riset ini sebab ketentuan buat tidak terjalin multikolinieritas telah dipenuhi.
- b. Uji Heteroskedastisitas, diketahui kalau nilai nyatasi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya(ABS_RES)>0,05. Perihal ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada bentuk regresi.
- c. Uji Normalitas, di atas besarnya nilai kolmogorov smirnov=0,077. Hasil Asym. Sig=0,200 hasil ini dibanding dengan probabilitas 0,05 sehingga lebih besar, alhasil bisa disimpulkan kalau informasi riset berdistribusi dengan cara normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Didapat hasil $Y=0,590+0,304(X1)+0,377(X2)$. Dari hasil persamaan yang didapat, hingga bisa membagikan data selaku berikut:

- a. Nilai $a=0,590$ maksudnya kalau bila tidak terdapat atensi kepada kualitas produk(X1) serta pengalaman membeli(X2) ataupun nilainya merupakan konstan, hingga minat beli ulang(Y) merupakan sebesar rata- rata 0,590.
- b. Nilai $b1=0,304$ maksudnya kalau bila variabel kualitas produk(X1) naik satu satuan, hingga minat beli ulang(Y) pada umumnya hendak naik sebesar 0,304 apabila variabel pengalaman membeli(X2) konstan.
- c. Nilai $b2=0,377$ maksudnya bila pengalaman membeli(X2) naik satu satuan, hingga minat beli ulang(Y) pada umumnya hendak naik sebesar 0,377 apabila variabel kualitas produk(X1) konstan.

Analisis Determinasi, membuktikan kalau besarnya nilai Adjusted R Square= $0,607$ hingga angka pemastian merupakan sebesar $D=60,70\%$. Perihal ini berarti kalau besarnya kontribusi atau sumbangan kualitas produk serta pengalaman membeli pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar merupakan sebesar $60,70\%$ sebaliknya sisanya sebesar $39,30\%$ dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak di bahas.

Analisis Uji F (F-test)

Bersumber pada Bagan 8 di atas membuktikan kalau $F\text{-hitung}=77,482 > \text{dari } F\text{-tabel}=3,09$ hingga H_0 ditolak serta H_a diterima. Perihal ini berarti kalau terdapat akibat searah serta nyata dengan cara bersama-sama antara kualitas produk serta pengalaman membeli pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Analisis Uji t (t-test)

Bersumber pada Bagan 8 di atas membuktikan kalau $t1\text{-hitung}=6,271 > t\text{-tabel}=1,661$. Hingga akhirnya kalau H_0

ditolak serta H_a diterima. Maksudnya kalau terdapat akibat searah serta nyata dengan cara individual antara kualitas produk pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Sebaliknya $t2\text{-hitung}=5,817 > t\text{-tabel}=1,661$. Hingga akhirnya kalau H_0 ditolak serta H_a diterima. Maksudnya kalau terdapat akibat searah serta nyata dengan cara individual antara pengalaman membeli pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Interprestasi Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Membeli Terhadap Minat Beli Ulang

Bersumber pada hasil riset yang sudah dicoba oleh periset kalau variabel kualitas produk serta pengalaman membeli dengan cara bersama-sama pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Perihal ini bersumber pada hasil kalkulasi percobaan F, dengan menyamakan Fhitung serta Ftabel hingga diterima $F\text{hitung}=77,482$ lebih besar $F\text{tabel}=3,09$ serta angka nyatasi merupakan $0,000$ lebih kecil dari taraf nyatasi $0,05$. Bersumber pada analisa serta data- data di atas membuktikan kalau dengan cara bersama-sama kualitas produk serta pengalaman membeli mempengaruhi pada minat beli ulang, dan bisa disimpulkan kalau anggapan dalam riset ini diterima. Dengan tingkatkan kualitas produk serta pengalaman membeli hingga hendak mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar.

Riset ini diperkuat dengan riset yang dicoba oleh Fedika(2018) hasil riset membuktikan kalau ada akibat searah promosi, experiential marketing, kualitas produk serta kualitas jasa pemasaran pada minat beli ulang pada restoran Ayam Geprek Sa' i Yogyakarta. Riset ini senada dengan riset yang dicoba oleh Sudangga serta Jatra(2019) yang merumuskan kalau kualitas

produk, pengalaman berbelanja online, serta akses informasi mempengaruhi searah nyata dengan cara bersama-sama pada niat beli ulang.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil riset yang sudah dicoba oleh periset bisa disimpulkan kalau variabel kualitas produk di uji dengan cara individual kepada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar menciptakan percobaan t sebesar $6,271 > t_{tabel} 1,661$ serta angka sig sebesar $0,000 < 0,05$. Bersumber pada informasi di atas, kalau variabel kualitas produk dalam riset ini mempengaruhi searah serta nyata pada variabel minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Semakin baik kualitas produk hingga hendak tingkatkan minat beli ulang.

Perihal ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Iis(2020) hasil penelitiannya merumuskan kalau kualitas produk mempengaruhi nyata pada minat beli ulang Kopi Kakak Madiun. Riset ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Ahmad serta Tri(2022) yang merumuskan kalau kualitas produk mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang pelanggan BBQ Mountain Boys Burger Bandung.

Pengaruh Pengalaman Membeli Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil riset yang sudah dicoba oleh periset bisa disimpulkan kalau variabel pengalaman membeli di uji dengan cara individual pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar menciptakan uji t sebesar $5,817 > t_{tabel} 1,661$ serta angka sig sebesar $0,000 < 0,05$. Bersumber pada informasi di atas, kalau dalam riset ini variabel pengalaman membeli mempengaruhi searah serta nyata kepada variabel minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Semakin baik pengalaman membeli pelanggan yang sudah

pernah membeli hendak tingkatkan minat beli ulang.

Hasil riset ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Ayu, dkk.,(2021) hasil riset ini membuktikan kalau experiential marketing mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang pelanggan Semusim Café Kota Malang. Riset ini dibantu oleh riset yang dicoba oleh Dwi(2022) yang membuktikan kalau variabel customer experience mempengaruhi searah serta nyata pada minat beli ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok.

SIMPULAN

- Kualitas produk serta pengalaman membeli mempengaruhi searah serta nyata dengan cara bersama-sama pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Perihal ini berarti kalau semakin baik kualitas produk serta pengalaman membeli dengan cara bersama-sama hingga minat beli ulang hendak terus menjadi bertambah.
- Kualitas produk mempengaruhi searah serta nyata dengan cara individual pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Perihal ini berarti kalau semakin baik kualitas produk dengan cara individual hingga minat beli ulang hendak terus menjadi bertambah.
- Pengalaman membeli mempengaruhi searah serta nyata dengan cara individual pada minat beli ulang pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. Perihal ini berarti kalau semakin baik pengalaman membeli dengan cara individual hingga minat beli ulang hendak terus menjadi bertambah.

REFERENSI

Ahmad, Nu'man Purnomo., Tri, Indra Wijaksana. (2022). Pengaruh Kualitas

- Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *E-Proceeding Of Management*. Vol.9, No.1 Februari 2022 Page 36 ISSN : 2355-9357.
- Andre, Arinza., Irda. (2021). Pengaruh Pengalaman Belanja Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online Di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta). *Skripsi*. Sumatera Barat: Universitas Bung Hatta.
- Ayu, Maulidya., Siti, Saroh., Daris, Zunaida. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *JIAGABI*. Vol. 10, No. 2, Agustus 2021, Hal. 205-212 ISSN 2302 – 7150.
- Danarko, Wildan Fendher. (2020). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Batik (Studi Kasus Pada Toko Margaria Batik Yogyakarta)*. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Mercuru Buana.
- Dwi, Indah Utami. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok. *Jurnal Jukim*. Vol. 1 No. 4 Juli 2022, Hal 33-42.
- Iis, Musarofah. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun ISSN Online 2686-1771.
- Intan, Mawarsari. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo. *Publikasi Ilmiah*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Kotler, Philip., Amstrong, G, M. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Lestari, Enis Dwi. (2018). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Ritel E-Commerce Shopee*. *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Nidya, Larasati Dewi, Nyoman Ayu., Artha Kusuma, A. A. Gede Agung. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Kembali. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 9, 2019 :5591-5610 ISSN : 2302-8912.
- Suhardi, Yusuf Zulkarnaini., Agustian, Burda., Arya, Darmawan., Kustantina (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar (Studi Kasus Pada Toko OKE Meat Jakarta Timur). *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*. Bagian Pengelola Jurnal dan Publikasi (BPJP) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta Volume 31 Number 01 (Juni 2022). P-ISSN : 0854-0985 e-ISSN : 2527-4783.
- Sutedja, I. D. M., Dewi, P. S. K., & Sukanti, N. K. (2019, October). Potensi pariwisata di desa kutuh kuta selatan badung. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 2).
- Sudika, I. G. M., & Sukanti, N. K. 2022. Penataan dan promosi ekowisata subak uma lambing di desa sibang kaja kecamatan abiansemal kabupaten badung. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(10):2525-2532.
- Sukanti, N. K., Herlambang, P. G. D., & Geriadi, m. a. d. 2021. Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan

terhadap loyalitas konsumen ud sumber jaya motor Denpasar BALI. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 16(2).

Sukanti, N. K. 2019. Makna dan arti iklan rokok. *Majalah Ilmiah Widyacakra*, 2(02):78-78.

Sutedja, I. D. M., Dewi, P. S. K., & Sukanti, N. K. 2019. Potensi pariwisata di desa kutuh kuta selatan badung. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 2.

Widyasari, D., Sujana, I. M., & Sukanti, N. K. (2020). Pengaruh Tingkat Perputaran Kas, Tingkat Suku Bunga, dan Pertumbuhan Kredit terhadap Profitabilitas Koperasi Sarining. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 15(1).