

P-ISSN: 2527-970X

E-ISSN: 2621-542X



**EDISI 22**

**Volume 8, Nomor 2**  
**JULI 2024**



JURNAL  
TAMBORA



Diterbitkan oleh:

Warek 3 | Direktorat Riset, Inovasi, dan Publikasi

Universitas Teknologi Sumbawa

[jurnaltambora@uts.ac.id](mailto:jurnaltambora@uts.ac.id)



Home / Archives / Vol. 8 No. 2 (2024): EDISI 22

## Vol. 8 No. 2 (2024): EDISI 22

DOI: <https://doi.org/10.36761/tambora.v8i2>

Published: 2024-07-12

### Articles

#### EFEKTIFITAS MODEL PEMBELAJARAN BERBASIS MASALAH (PBM) TERHADAP KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIKA SISWA

Artati Iriana, Rismayani Armin, Tri Susilawati, Herlawan

44-50

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESEDIAAN MEMBAYAR PELANGGAN PDAM MENANG TERHADAP JASA LINGKUNGAN DI LOMBOK BARAT

Fitriah Permata Cita, Didi Suwardi

34-43

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### PERAMALAN DENGAN MODEL ARIMA PADA KINERJA KEUANGAN BANK: STUDI KASUS BANK BUMN

Lukmanul Hakim, Lia Meiristi, Rani Septiani Sukandar

74-81

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### ANALISIS PERSEPSI DAN PREFERENSI MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN CHATGPT DALAM PROSES PEMBELAJARAN (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS SAMAWA FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN)

Analysis of Student Perception and Preference Toward the Use of ChatGPT in the Learning Process (Case Study at Samawa University Faculty of Economics and Management)

I Ketut Aria Darmawan, Supriyadi, Junaidi Adiguna

10-24

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### OPTIMALISASI KUALITAS DENGAN METODE QUALITY CONTROL CIRCLE (QCC) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DI PT KMIL

Tedi Dahniar, Wanto Sarwoko

1-9

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### GAMBARAN SELF DISCLOSURE PADA PEREMPUAN KORBAN KDRT DI KOTA SURABAYA

Erlin Fitriani, Rizky Putra Santosa

92-101

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### STRUKTUR NARATIF DAN NILAI PENDIDIKAN CERITA RAKYAT SUMBAWA: ANALISIS WACANA LEGENDA BATU TONGKOK KECAMATAN PLAMPANG

Rusmin Nurjadin, Wawan Hermansyah, Hendra Gunawan

67-73

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### DINAMIKA FORGIVENESS PADA REMAJA PEREMPUAN KORBAN PELECEHAN SEKSUAL DI WOMEN'S CRISIS CENTER JOMBANG

Salsabila Aisyah Yasmin

82-91

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM AKTIVITAS JUAL-BELI MELALUI E-COMMERCE.

Putri Nabila Harahap, Bonaraja Purba, Anecya Tampubolon, Intan Febyanti, Grace Gultom

102-106

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### PENGEMBANGAN KONSEP AGROCEAN PARK INTEGRITY SEBAGAI REVOLUSI KETAHANAN PANGAN DAN EKOSISTEM PARIWISATA FUTURISTIK BERKELANJUTAN

Muhammad Haris Yulianto, Aisyah Nazifa, Aris Setiawan, Lathief Nurmahmudi Wijaya, Muhammad Zahran Ammar

60-66

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA SPBU SELF SERVICE PERTAMINA DIY

Muhammad Fahmi Zayyan, Yunita Putri Wahyuningtyas

25-33

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

#### ANALISIS PERFORMA BANK BUMN DI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID 19

Sri Andriani, Lukmanul Hakim

51-59

[PDF \(Bahasa Indonesia\)](#)

### MY STATS

00111466



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



### ADDITIONAL MENU

- Publication Ethics
- Author Guidelines
- Focus & Scope
- Editorial Team
- Reviewer
- Article Processing Charges
- Online Submission
- [Publication Frequency](#)
- Open Access Statement
- Copyright Statement
- Copyright notice
- Visitor Statistic
- Plagiarism Check
- Journal History
- Licence Term
- SUPPLEMENTARY FILES**
- Cover Image
- Index & Abstracting
- Peer Review Policy
- Peer Review Process
- SRQR Guidelines
- [Contact](#)

### Current Issue

ATOM 1.0

RSS 2.0

RSS 1.0

### Redaction Address:

Sumbawa University of Technology.  
 Olat Maras Batu Alang, Pernek, Moyo Hulu District, Sumbawa Regency, West Nusa Tenggara. 84371  
 email: [jurnaltambora@uts.ac.id](mailto:jurnaltambora@uts.ac.id)  
 pISSN: [2527-970X](#) eISSN: [2621-542X](#)

# PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA SPBU *SELF SERVICE* PERTAMINA DIY

## *THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER SATISFACTION ON REPURCHASE INTENTION AT PERTAMINA DIY SELF SERVICE STATIONS*

Muhammad Fahmi Zayyan<sup>1\*</sup>, Yunita Fitri Wahyuningtyas<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55162.

**Info Artikel:**

Diterima: 21 Juni 2024

Revisi: 28 Juni 2024

Disetujui: 1 Juli 2024

Dipublikasi: 25 Juli 2024

**Keyword/Kata Kunci:**

Pengalaman Pelanggan; Kepuasan Pelanggan; Minal Membeli Ulang; Self Service.

**\* Penulis Korespondensi:**

Muhammad Fahmi Zayyan

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55162.

Email: [mfahmizayyan@gmail.com](mailto:mfahmizayyan@gmail.com)

**ABSTRAK.** Indonesia merupakan Negara dengan penduduk terbanyak ke-4 di dunia, hal ini juga menyebabkan banyaknya tingkat pengguna kendaraan bermotor, hal ini juga berpengaruh dalam tingkat konsumsi bahan bakar kendaraan khususnya di DIY. Terdapat berbagai brand penyedia bahan bakar di DIY salah satunya dan terbesar adalah Pertamina. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Customer Experiences dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention pada SPBU Self Service Pertamina DIY. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan analisis jalur melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 responden yang merupakan pelanggan SPBU Self Service Pertamina DIY. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Customer Experiences berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention, Customer Satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention dan secara bersama-sama Customer Experience Dan Customer Satisfaction berpengaruh positif terhadap Repurchase Intention. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran untuk cabang SPBU lain di Indonesia agar dapat meningkatkan Repurchase Intention pada SPBU terutama SPBU dalam metode Self Service.

**ABSTRACT.** Indonesia is the country with the 4th largest population in the world, this also causes a large number of motorized vehicle users, this also influences the level of vehicle fuel consumption, especially in DIY. There are various brands of fuel providers in DIY, one of which is Pertamina. This research aims to examine the influence of Customer Experiences and Customer Satisfaction on Repurchase Intention at Pertamina DIY Self Service SPBU. The research method used was a quantitative research method and path analysis through a questionnaire which was announced to 150 respondents who were customers of Pertamina DIY Self Service gas stations. The research results reveal that Customer Experiences have a significant positive effect on Repurchase Intention, Customer Satisfaction has a significant positive effect on Repurchase Intention and together Customer Experience and Customer Satisfaction have a positive effect on Repurchase Intention. The results of this research can be used as a lesson for other gas station branches in Indonesia so that they can increase Repurchase Intention at gas stations, especially gas stations using the Self Service method.

**How to cite this article:**

Zayyan, M., F., dan Wahyuningtyas, Y., F., (2024). Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada SPBU *Self Service* Pertamina DIY.

## 1. PENDAHULUAN

Transportasi di Indonesia saat ini sudah mulai berkembang, mulai dari transportasi darat, laut dan udara. Transportasi darat saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, seperti kendaraan roda dua atau sepeda motor, roda empat seperti mobil, truk, bus dan lain-lain. Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) adalah tempat kendaraan bermotor bisa memperoleh bahan bakar pada transportasi darat. Adanya peningkatan jumlah kendaraan bermotor berdampak pada peningkatan jumlah konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia khususnya di DIY.

Berdasarkan data Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset (BPKAD) DIY, 100.000 kendaraan baru mengaspal setiap tahunnya di provinsi ini. Jumlah tersebut belum ditambah dengan kendaraan dengan pelat nomor luar DIY. Pada 2017, jumlah kendaraan baru tercatat 124.070, setahun kemudian tercatat 128.034. Pada 2019 meningkat menjadi 136.241 unit. Saat pandemi, penambahan jumlah kendaraan sempat turun 90.411 (2020) dan 95.612 (2021). Kemudian pada 2022, jumlah penambahan kendaraan meningkat lagi di angka 103.986. Penambahan kendaraan didominasi kendaraan bermotor roda dua, mencapai komposisi 90% di Kota Jogja, dan 87% di DIY.

Setiap tahun kendaraan bermotor selalu mengalami pertumbuhan jumlah penggunaannya. Jenis kendaraan bermotor yang mengalami kenaikan yaitu seperti sepeda motor, mobil bus, mobil penumpang dan mobil pengangkut barang. Menurut data sensus terbaru yang dikelola oleh Badan Pusat Statistik (2021), kenaikan jumlah kendaraan bermotor sudah mulai dirasakan sejak tahun 2017 ke 2018 dengan jumlah peningkatan sebesar 7.586.068 unit. Sementara di tahun analisa terakhir yaitu 2019, meningkat kembali sebesar 7.108.236 unit menjadi total 133.617.012 unit kendaraan bermotor. Peningkatan jumlah kendaraan tersebut berpengaruh terhadap pemakaian Bahan Bakar Minyak (BBM). Menurut Fajriyah (2021) peningkatan konsumsi BBM di sektor retail Pertamina pada kuartal ketiga (Q3) sudah meningkat sebesar 6% atau mencapai 34.000.000 kilo liter dibandingkan Q3 di tahun 2020.

Perkembangan teknologi yang pesat, tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan perkembangan tingkat permintaan yang kompleks mengakibatkan timbulnya berbagai macam industri yang hanya semata-mata menjawab kebutuhan masyarakat. Hal tersebut membuat persaingan dagang menjadi semakin ketat, terutama antar perusahaan sejenis. Pada masa pandemi Covid-19 Di DIY sendiri pada sebagian daerah sudah menerapkan Self Service dalam melakukan proses pengisian BBM pada SPBU Pertamina. Hingga sekarang metode tersebut masih diterapkan. Dengan menggunakan metode Self Service diharapkan bisa meningkatkan pengalaman pelanggan (Customer Experience) serta bisa mempercepat antrian dalam proses pengisian dan proses transaksi. Kelebihan lainnya adalah transparansi yang diberikan sehingga pelanggan mengetahui secara pasti jumlah takaran bensin sesuai dengan nominal pembayaran tanpa adanya rekayasa. Untuk daerah Yogyakarta SPBU Self Service berada di Jl. Suprpto, Jl Hos Cokroaminoto, dan Baciro.

Experience (pengalaman) yang diberikan oleh SPBU Self Service Pertamina diharapkan dapat membuat konsumen merasa puas dan berinisiatif untuk berkunjung kembali karena bagi pembisnis, kepuasan konsumen (Customer Satisfaction) adalah yang terpenting, dengan terciptanya kepuasan konsumen (Customer Satisfaction) membuat konsumen merasa bahagia sehingga dapat memunculkan perasaan ingin membeli dan berkunjung kembali (Repurchase Intention). Ada sejumlah faktor yang digunakan untuk meraih kepuasan konsumen sehingga menimbulkan Repurchase Intention, salah satunya adalah pengalaman ketika mengisi sendiri BBM pada kendaraan kita dan pengalaman ketika berkunjung ke SPBU tersebut. Pengalaman memberikan kenangan tersendiri bagi pelanggan, kenangan yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Selain itu konsumen akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain yang bisa membuat orang lain tertarik untuk ikut melakukan pembelian produk atau jasa tersebut. Penelitian seperti ini pernah dilakukan di Jakarta dengan judul "Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Terhadap Repurchase Intention Pada Restoran Cepat Saji". Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan objek penelitian yang berbeda yakni pada SPBU Self Service di DIY. Hal ini disebabkan banyaknya SPBU di DIY namun hanya beberapa SPBU yang menerapkan metode Self Service dalam pengisian BBM kendaraan bermotor.

Mengacu pada latar belakang, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Pengaruh Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention pada SPBU Self Service Pertamina DIY.**

## 2. METODOLOGI

### Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2023 sampai bulan Februari 2024. Lokasi penelitian ini di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan objek penelitian yaitu SPBU *Self Service* Pertamina.

### Alat dan Bahan

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program pengolah data SPSS 25 (Statistical Product and Service Solution). Yang bertujuan untuk mempermudah pengelolaan data statistik agar lebih cepat dan akurat.

### Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan adalah non probability sampling, Secara spesifik teknik yang digunakan adalah teknik sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yang artinya siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, apabila secara kebetulan orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data primer. Kuisinoner disebarakan secara online di grup WhatsApp, grup komunitas di platform Facebook dan secara tatap muka.

### Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Bila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrumen dinyatakan valid dan juga sebaliknya, bila  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka dinyatakan tidak valid dengan taraf nyata 5% ( $= 0.05$ ). (Sumber: Sugiyono, 2016:183)

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017:73) Uji reliabilitas harus dilakukan hanya untuk pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan apabila tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu. Data dikatakan reliable adalah ketika  $>0,60$

#### c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu: Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka distribusi data tidak normal, jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data normal

#### d. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pedoman yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jika tolerance value  $> 0,1$  dan VIF  $\leq 10$  maka tidak terjadi Multikolinieritas.

#### e. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. Pedoman yang digunakan dalam penelitian ini adalah jika variabel nilai absolute  $Ut$  (AbsUt)  $> 0,05$  maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### f. Analisis Linear Berganda

analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen baik secara parsial ataupun simultan. Variabel independen yang terdiri dari (X1) Customer Experience, (X2) Customer Satisfaction, dengan variabel dependen yaitu Repurchase Intention (Y).

Rumus Persamaan Analisis Linear Berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y	= Repurchase Intention
A	= Bilangan Konstanta
b1, b2	= Koefesien Regresi variable X
X1	= Customer Experience
X2	= Customer Satisfaction
e	= Standar Error yang mempengaruhi Repurchase Intention selain <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .

#### g. Uji t (Parsial)

Uji hipotesis parsial digunakan untuk menghitung tingkat signifikan secara parsial atau salah satu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pedoman Pengujian ini dikatakan berpengaruh signifikan apabila  $\text{sig} \leq (0,05)$ .

## h. Uji F (Simultan)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi secara simultan atau bersama-sama pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention.

## i. Uji Koefisien Determinasi

Dalam uji linier berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh X1, X2 dan variabel Y. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi.

Koefisien determinasi dihitung dengan rumus:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

**Keterangan:** Kd = Koefisien Determinasi

R<sup>2</sup> = Adjusted R Square

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

Uji Validitas pada penelitian ini dilakukan setelah kuesioner disebar dan diberikan kepada sampel sejumlah 150 orang. Nilai R tabel pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 150 adalah sebesar 0,159.

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R <sub>Hitung</sub>	R <sub>Tabel</sub>	Keterangan
Customer Experience (X1)	P1	0.756	0.159	Valid
	P2	0.789	0.159	Valid
	P3	0.833	0.159	Valid
	P4	0.824	0.159	Valid
	P5	0.792	0.159	Valid
	P6	0.805	0.159	Valid
	P7	0.857	0.159	Valid
	P8	0.746	0.159	Valid
	P9	0.661	0.159	Valid
	P10	0.734	0.159	Valid
	P11	0.753	0.159	Valid
Customer Satisfaction (X2)	P12	0.686	0.159	Valid
	P13	0.681	0.159	Valid
	P14	0.721	0.159	Valid
	P15	0.721	0.159	Valid
	P16	0.801	0.159	Valid
	P17	0.805	0.159	Valid
	P18	0.76	0.159	Valid
	P19	0.679	0.159	Valid
Repurchase Intention (Y)	P20	0.604	0.159	Valid
	P21	0.614	0.159	Valid
	P22	0.691	0.159	Valid
	P23	0.79	0.159	Valid
	P24	0.795	0.159	Valid
	P25	0.784	0.159	Valid
	P26	0.838	0.159	Valid
	P27	0.835	0.159	Valid
	P28	0.556	0.159	Valid

**Sumber:** Olahan data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil Uji Validitas diketahui bahwa nilai R hitung dari semua item pertanyaan variabel *Customer Experience* (X1), *Customer Satisfaction* (X2), dan *Repurchase Intention* (Y) lebih besar jika dibandingkan dengan R Tabel 0,159, maka dapat disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,934	Reliabel
X2	0,883	Reliabel
Y	0,882	Reliabel

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Hasil Uji Reliabilitas variabel *Customer Experience* (X1) memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar  $0,934 > 0,6$ . Hasil uji reliabilitas variabel *Customer Satisfaction* (X2) memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar  $0,883 > 0,6$ . Hasil uji reliabilitas variabel *Repurchase Intention* (Y) nilai *Alpha Cronbach* sebesar  $0,882 > 0,6$ . Oleh karena itu, pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.72368262	
Most Extreme Differences	Absolute	.101	
	Positive	.074	
	Negative	-.101	
Test Statistic		.101	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.089 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.082
		Upper Bound	.097

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka distribusi data tidak normal, jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data normal Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari data penelitian ini adalah  $0,089 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika tolerance value  $> 0,1$  dan VIF  $\leq 10$  maka tidak terjadi Multikolinieritas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.935	2.105			.444	.658		
X1	.423	.048	.583	8.871	.000	.671	1.490	
X2	.279	.072	.253	3.850	.000	.671	1.490	

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Hasil uji Multikolinieritas penelitian ini yaitu nilai VIF untuk *Customer Experience* (X1) 1,490 dan *Customer Satisfaction* (X2) sebesar 1,490, lalu nilai Tolerance untuk *Customer Experience* sebesar 0,671 dan nilai tolerance untuk *Customer Satisfaction* sebesar 0,671. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari Multikolinieritas karena nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance  $> 0,1$ .

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. Jika variabel nilai terjadi heteroskedastisitas. absolute  $Ut (AbsUt) > 0,05$  maka tidak

Variabel	Sig.	Kesimpulan
X1	0,480	Tidak Terjadi
X2	0,727	Tidak Terjadi

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel Customer Experience (X1) sebesar 0,480 > 0,05 dan nilai signifikan dari variabel Customer Satisfaction (X2) sebesar 0,727 > 0,05. Dapat kita simpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas

**Analisis Linear Berganda**

Tabel 6 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.935	2.105		.444	.658
X1	.423	.048	.583	8.871	.000
X2	.279	.072	.253	3.850	.000

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

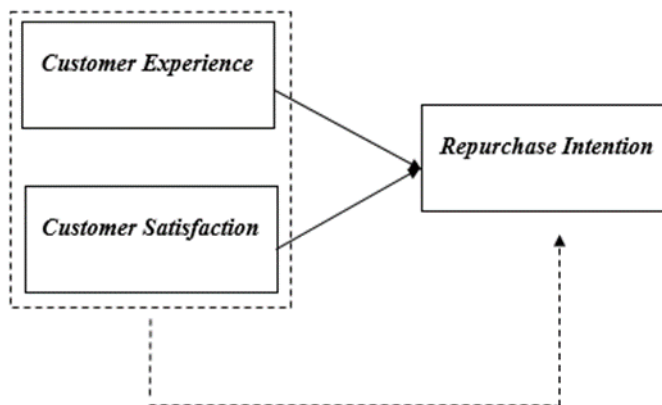
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0.935 + 0.423 + 0.279 + e$$

Dari persamaan di atas maka interpretasi hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- Koefisien Konstanta bernilai 0,935 artinya bahwa ketika SPBU Self Service tidak mempertimbangkan *Customer Experience* (X1) dan *Customer Satisfaction* (X2), (semua variabel independen bernilai nol) maka *Repurchase Intention* (Y) adalah sebesar 0,935
- Repurchase Intention* (Y) akan berpengaruh sebesar 0,424 jika *Customer Experience* (X1) berubah (naik atau turun) satu satuan dan *Customer Satisfaction* (X2) konstan.
- Repurchase Intention* (Y) akan berpengaruh sebesar 0,279 jika *Customer Satisfaction* (X2) berubah (naik atau turun) satu satuan dan *Customer Experience* (X1) konstan.

**Uji Hipotesis**



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Hipotesis

**Keterangan:**



- \_\_\_\_\_ Menunjukkan adanya pengaruh secara parsial.  
 ----- Menunjukkan adanya pengaruh secara simultan

### 1. Uji t (Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.935	2.105		.444	.658
X1	.423	.048	.583	8.871	.000
X2	.279	.072	.253	3.850	.000

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Berdasarkan data tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Pengajuan Hipotesis 1 (H1)  
Diketahui nilai Sig. pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai T hitung 8,871 > T tabel 1,976 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti X1 berpengaruh secara signifikan terhadap Y.
- Pengajuan Hipotesis 2 (H2)  
Diketahui nilai Sig. pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai T hitung 3,850 > T tabel 1,976 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti X2 berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

### 2. Uji F (Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2779.494	2	1389.747	98.883	.000 <sup>b</sup>
Residual	2066.006	147	14.054		
Total	4845.500	149			

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Berdasarkan data tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Pengajuan Hipotesis 3 (H3)  
Berdasarkan output tabel di atas diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 & X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung 98,883 > F tabel 4,75 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti X1 & X2 secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

### Uji Koefisien Determinasi

Dalam uji linier berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh X1, X2 dan variabel Y. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi.

Koefisien determinasi dihitung dengan rumus:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 <sup>a</sup>	.574	.568	3.749

Sumber: Olahan data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi di atas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,568. Hal ini menunjukkan bahwa *Repurchase Intention* dipengaruhi oleh variabel *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* sebesar 56,8%, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

### 3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis, maka bisa ditarik kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Customer Experience berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention pada SPBU Self Service DIY. Dari kedua variable independen, Customer Experience memiliki pengaruh paling besar terhadap Repurchase Intention. Hasil ini sesuai dengan data pada hasil uji Hipotesis melalui SPSS Versi 25.  
**H1 = Customer Experience berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention**
2. Customer Satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention pada SPBU Self Service DIY. Hasil ini sesuai dengan data pada hasil uji Hipotesis melalui SPSS Versi 25.  
**H2 = Customer Satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap Repurchase Intention**
3. Customer Experience dan Customer Satisfaction berpengaruh secara bersama-sama terhadap Repurchase Intention pada SPBU Self Service DIY. Dari kedua variabel independen tersebut, variabel Customer Experience memiliki pengaruh paling besar terhadap repurchase intention.  
**H3 = Customer experience (X1) dan Customer Satisfaction (X2), secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Repurchase Intention (Y)**

### 4. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Penulis berterimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah yang diberikan
2. Penulis berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada Jurnal Tambora yang membantu menjadi Reviewers dan Publisher dalam penerbitan Jurnal ini.
3. Penulis berterimakasih kepada orang tua yang telah mendidik dan memberikan support materil & non materil
4. Penulis berterimakasih kepada dosen pembimbing yang telah rela membimbing penulis sampai titik ini
5. Penulis berterimakasih kepada seluruh kerabat dan saudara yang membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.

### 5. REFERENSI

- Anang, Firmansyah, *PEMASARAN (Dasar Dan Konsep)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019)
- Ardhanari, Margaretha, 'Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand', *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand ... (Margaretha Ardhani) Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 588.2 (2008), 58–69
- Cahyani, Budi, 'Tiap Tahun, Ada 100.000 Kendaraan Baru Di Jalanan DIY', *Harian Jogja*, 2023
- Cahyani1), Aulia, and Yustisia Pasfatima Mbulu3) , I Made Adhi Gunadi2), 'PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PT. TRAVELOKA INDONESIA', 4.1 (2019), 25–36
- Chandra, Joshua Revindy, Michael Adiwijaya, and Ferry Jaolis, 'Pengaruh Customer Experiences Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Dengan Moderasi Sales Promotion Pada Spbu Shell Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17.1 (2023), 41–52 <<https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.41-52>>
- Fadhil Fausta, M, Patrick Anderson, and Renny Risqiani, 'Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION, TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA RESTORAN CEPAT SAJI', 20.01 (2023), 1 <<https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>>
- Farid, Ifda'u Ali, 'Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada D'Besto Cabang Marpoyan Damai Pekanbaru', 2020
- Firdhiani, Anna Rosaria, and Ari Setyaningrum, 'Studi Tentang Faktor-Faktor Penentu Customer Loyalty Pada Grabfood: Investigasi Atas Perceived Value, Customer Satisfaction, Dan Switching Cost', *Ekonomi Bisnis*, 25.2 (2020), 120 <<https://doi.org/10.17977/um042v25i2p120-132>>
- Hong, Briandy, Karina Brahmama, Program Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto, 'Pengaruh Service Quality , Perceived Value , Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Di Resto Buro Bar Surabaya', 2013, 1–12
- Kevin, Thomas, Putra Bawono, Hartono Subagio, Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto, 'ANALISA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA INSTAGRAM ADIDAS INDONESIA DI SURABAYA. Thomas', 2018
- Na, D E Condua, and Crise Hipertensiva, *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*, 2019 <[http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf)>
- Nurdiansah, Asep, 'PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION ( STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE FOOD )', 1.8 (2022), 1495–1514
- Putra, Dicky R., and Yuliana R. Prasetyawati, 'PENGARUH GREEN PRODUCT TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MELALUI GREEN ADVERTISING (Studi Terhadap Konsumen Starbucks)', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15.2 (2021), 69–74 <<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.69-74>>
- Ramadani, Eva, and Yunita Fitri Wahyuningtyas, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bebek Goreng Kang Dono', 2020
- Renata, Devina, 'PENGARUH CUSTOMER TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN ONLINE STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE INTENTION E-COMMERCE HAMZAH BATIK', 2022
- Roesandi, Rafida Zulfa, 'PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN

SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM'  
(UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN LAMPUNG)

Septian, Bernadita Purba, Indah Handaruwati, Program Studi, Manajemen Universitas, and Kristen Surakarta,  
'PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PEDAN KLATEN', 3.2

Teknologi, Jurnal, Informasi Jtsi, Hendri Eka Pratama, and Heni Sulistiani, 'SISTEM PENILAIAN KEPUASAN  
PELANGGAN MENGGUNAKAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX PADA PENJUALAN PARFUME (  
STUDY KASUS : PARFUME CORNER BDL )', 2.4 (2021), 29–36



**JURNAL TAMBORA**  
Universitas Teknologi Sumbawa

[jurnaltambora@uts.ac.id](mailto:jurnaltambora@uts.ac.id)

Home About ▾ Publication Ethics Peer Review Process Reviewer Editorial Team

🔍 Search

[Home](#) / [Editorial Team](#)

## Editorial Team

### EDITORIAL TEAM

**Penanggung Jawab:**

Dwi Ariyanti, Ph.D.

**Pimpinan Redaksi:**

Wirya Sarwana, Ph.D.

**Editor Asosiasi:**

Yuni Yolanda, S.Pi., M.Si.

**Anggota Dewan Redaksi:**

1. Nurul Amri Komarudin, S.Si., M.Si.
2. I Made Widiarta, S.Kom., M.Inov.

**Staff Administrasi & Publikasi:**

Mengas Janhasmadja, S.Kom

**DIREKTORAT RISET, PUBLIKASI, DAN INOVASI**

**UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA**

Jalan raya Olat Maras, Dusun Batu Alang, Desa Leseng, Kecamatan Moyo Hulu, Kab. Sumbawa Besar, NTB. Telp/Fax 0371-2629009; <http://uts.ac.id>; [jurnaltambora@uts.ac.id](mailto:jurnaltambora@uts.ac.id).

**MY STATS**

**06111646**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).



**ADDITIONAL MENU**

- Publication Ethics
- Author Guidelines
- Focus & Scope
- Editorial Team
- Reviewer
- Article Processing Charges
- Online Submission
- [Publication Frequency](#)
- Open Access Statement
- Copyright Statement
- Copyright notice
- Visitor Statistic
- Plagiarism Check
- Journal History
- Licence Term
- SUPPLEMENTARY FILES**
- Cover Image
- Index & Abstracting
- Peer Review Policy
- Peer Review Process
- SRQR Guidelines
- [Contact](#)

**Current Issue**

**ATOM** 1.0

**RSS** 2.0

**RSS** 1.0

**Redaction Address:**

Sumbawa University of Technology.  
Olat Maras Batu Alang, Pernek, Moyo Hulu District, Sumbawa Regency, West Nusa Tenggara. 84371  
email: [jurnaltambora@uts.ac.id](mailto:jurnaltambora@uts.ac.id)  
pISSN: [2527-970X](#) eISSN: [2621-542X](#)