

ABSTRAK

Nanik Pujiastuti, 220105010164. Analisis Pembelian Ulang Melalui Pengalaman Konsumen dan Persepsi Nilai Pada Konsumen Depot Bakso Larasati. Pembimbing: Muhammad Qamaruddin, ME dan Dr. H. Rijalul Faqih., Msi., MEI. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. 2025

Kata Kunci: Pembelian Ulang, Pengalaman Konsumen dan Persepsi Nilai

Industri kuliner di Banjarmasin menunjukkan pertumbuhan pesat yang ditandai dengan meningkatnya jumlah restoran dan pelaku UMKM. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha, termasuk Depot Bakso Larasati, untuk tidak hanya mengandalkan cita rasa, tetapi memberikan pengalaman positif serta persepsi nilai yang tinggi agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Karena mempertahankan pelanggan lebih susah daripada menghasilkan konsumen baru. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengalaman konsumen dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian ulang pada Depot Bakso Larasati. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa meskipun citra kualitas dan keaslian produk menjadi daya tarik utama, pengalaman negatif terkait pelayanan dan harga berpotensi menurunkan minat pembelian ulang. Sehingga penelitian ini menganalisis pengaruh pengalaman konsumen dan persepsi nilai terhadap pembelian ulang di Depot Bakso Larasati secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan, khususnya menggunakan teknik pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen Depot Bakso Larasati dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Pengujian data dilakukan uji regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS Statistic 26. Hasil penelitian diperoleh pengalaman konsumen (X1), persepsi nilai (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang (Y). Sedangkan secara parsial pengalaman konsumen (X1) dan persepsi nilai (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang (Y) di Depot Bakso Larasati.