

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri rumah makan di Kota Tanjungpinang menyebabkan meningkatnya tingkat persaingan usaha, khususnya pada rumah makan yang menyajikan masakan Padang. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mampu menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan melalui peningkatan minat beli ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan terhadap minat beli ulang pada Rumah Makan Padang Bang Man di Kota Tanjungpinang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Rumah Makan Padang Bang Man. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk, pelayanan yang optimal, serta pengalaman pelanggan yang positif berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha kuliner dalam merumuskan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Minat Beli Ulang, Rumah Makan Padang

ABSTRACT

The rapid growth of the restaurant industry in Tanjungpinang City has intensified business competition, particularly among Padang restaurants. This condition requires business owners not only to attract new customers but also to retain existing ones by increasing repurchase intention. This study aims to analyze the effects of price, service quality, and customer experience on repurchase intention at Padang Bang Man Restaurant in Tanjungpinang City. A quantitative research approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to customers of Padang Bang Man Restaurant. Data were analyzed using multiple linear regression analysis to examine the influence of each independent variable on the dependent variable. The results indicate that price, service quality, and customer experience have a positive and significant effect on repurchase intention. These findings suggest that price fairness, optimal service quality, and positive customer experiences play an important role in enhancing customer loyalty. This study is expected to provide practical implications for culinary business owners in formulating marketing strategies oriented toward customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention, Padang Restaurant