

**PENGARUH *PRIOR EXPERIENCE*, *EWOM*, DAN
AUTHENTICITY TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA TROPIKAL COFFEE**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH:
HENI RISMA SABRINA
NIM : 041811233092**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

Surabaya, 6 Juli 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized loop followed by a smaller mark.

Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si

NIP.196905181993032001

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRIOR EXPERIENCE*, *EWOM*, DAN *AUTHENTICITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *CUSTOMER* *SATISFACTION* PADA TROPIKAL COFFEE

DIAJUKAN OLEH:

HENI RISMA SABRINA

NIM : 041811233092

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

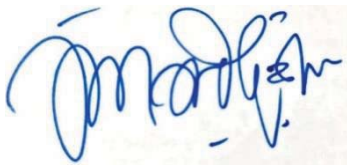
DOSEN PEMBIMBING,



Prof. Dr. TANTI HANDRIANA, SE., M.Si
NIP. 196905181993032001

TANGGAL 27 Juli 2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si
NIP. 197211181999032001

TANGGAL 27 Juli 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Heni Risma Sabrina, 041811233092), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 6 Juli 2022



Heni Risma Sabrina

NIM.: 041811233092

DECLARATION

I, (Heni Risma Sabrina, 041811233092), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 6 July 2022

Declared by,



Heni Risma Sabrina

041811233092

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Prior Experience*, eWOM, dan *Authenticity* terhadap *Revisit Intention* Melalui *Customer Satisfaction* pada Tropical Coffee”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Strata S1 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga. Selama proses penulisan skripsi ini, banyak pihak yang membantu penulis dengan memberikan masukan, nasehat, semangat, dan doa, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang berperan besar selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Mohammad Nasih, SE., MT., Ak., CA selaku rektor Universitas Airlangga.
2. Prof Dr. Dian Agustia, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
3. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si. selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
4. Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
5. Made Gitanadya Ayu Ariani, SE., MSM. selaku dosen wali yang selalu totalitas dan sepenuh hati dalam memberikan bimbingan, arahan, dan saran terkait dengan perkuliahan.
6. Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu totalitas dan sepenuh hati dalam memberikan bimbingan, arahan, dan saran terkait dengan penyusunan skripsi.
7. Keluarga penulis, Papa, Mama, dan Adek Star yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa selama menjalani pendidikan di perguruan tinggi dan selama proses penyusunan skripsi.
8. Othing dan Nadya, teman-teman seper bimbingan skripsi yang selalu menjadi teman diskusi sekaligus memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Eva dan Awa, sahabat perjuangan semenjak menempuh konsentrasi Manajemen Pemasaran yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi, juga menjadi teman diskusi terkait mata kuliah dan skripsi.

10. Adkesmania 2021, Fika, Raka, Tarisha, Fahmi, Harits, Evia, Lauren, Ridha Abeth, Enggar, Channy, Risky, Nabilla, Sherin, dan Ivana yang menjadi teman berproses bersama di Adkesma BEM FEB UNAIR 2021 dan telah membantu dalam penyebaran kuesioner skripsi.
11. Elsa, Ajeng, Kiki, Afifah, Silvi, Putri, Rismalia, dan Intan, sahabat seperjuangan semenjak menempuh semester 1 perkuliahan yang selalu menjadi teman diskusi sekaligus memberikan dukungan kepada penulis saat menempuh mata kuliah dan skripsi dengan baik.
12. Fatfat, partner sejak awal perkuliahan yang selalu menjadi teman diskusi, memberikan semangat, dukungan dan saran kepada penulis selama masa perkuliahan dan selama masa penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 6 Juli 2022

Heni Risma Sabrina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *prior experience*, eWOM, dan *authenticity* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*. Tropikal Coffee dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki konsep tropis yang otentik dan memiliki banyak eWOM positif. Penelitian ini menggunakan data dari kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form kepada responden yang pernah mengunjungi Tropikal Coffe dan pernah melihat eWOM tentang Tropikal Coffee. Masing-masing variabel menggunakan 4-5 indikator yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin. Total jawaban responden yang digunakan berjumlah 230 responden. Hasil jawaban responden tersebut selanjutnya ditabulasi dan dianalisis dengan teknik pengujian data SEM pada *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *prior experience*, eWOM dan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*. Selanjutnya, *authenticity* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*. Penelitian ini menemukan adanya peran mediasi *customer satisfaction* pada hubungan *prior experience* dengan *revisit intention*. Namun, penelitian ini tidak menemukan adanya peran mediasi *customer satisfaction* pada hubungan eWOM dengan *revisit intention*. Terakhir, penelitian ini juga menemukan adanya peran mediasi *customer satisfaction* pada hubungan *authenticity* dengan *revisit intention*.

Kata kunci: *prior experience*, eWOM, *authenticity*, *revisit intention*, Tropikal Coffee.

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of prior experience, eWOM, and authenticity on revisit intention through customer satisfaction. Tropikal Coffee is chosen as the object of research since it has an authentic tropical concept and has a lot of positive eWOM. This research uses data from questionnaires distributed online through Google Form to the respondents who have visited Tropikal Coffee and have seen the eWOM concerning Tropikal Coffee. Each variable uses 4-5 indicators measured using a 5-point Likert scale. The total respondents' answers used amounted to 230. The results of the respondents' answers are then tabulated and analyzed by using SEM data testing techniques on SmartPLS 3.0 software. The results show that prior experience, eWOM and customer satisfaction have a positive effect on revisit intention. Meanwhile, authenticity has no effect on revisit intention. This research finds a mediating role for customer satisfaction in the relationship between prior experience and revisit intention. However, this research does not find a mediating role for customer satisfaction in the relationship between eWOM and revisit intention. Last, this research also finds a mediating role for customer satisfaction in the relationship between authenticity and revisit intention.

Keywords: prior experience, eWOM, authenticity, revisit intention, Tropikal Coffee.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
Pernyataan	iv
Declaration	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Consumer Behavior</i>	16
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.3 <i>Prior Experience</i>	19
2.1.4 <i>Electronic WOM</i>	20

2.1.5	<i>Authenticity</i>	22
2.1.6	<i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.7	<i>Revisit Intention</i>	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1	Mannan <i>et al</i> (2019).....	26
2.2.2	Islam <i>et al</i> (2019)	28
2.2.3	Abubakar <i>et al</i> (2017)	30
2.2.4	Hussein (2020)	32
2.3	Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1	Pengaruh <i>Prior Experience</i> pada <i>Revisit Intention</i>	34
2.3.2	Pengaruh <i>Electronic WOM</i> pada <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.3	Pengaruh <i>Authenticity</i> pada <i>Revisit Intention</i>	35
2.3.4	Pengaruh Variabel <i>Customer Satisfaction</i> pada Variabel <i>Revisit Intention</i>	36
2.3.5	Pengaruh <i>Prior Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i> Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.3.6	Pengaruh <i>Electronic WOM</i> dan <i>Revisit Intention</i> Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.3.7	Pengaruh <i>Authenticity</i> dan <i>Revisit Intention</i> Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.4	Model Analisis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Pendekatan Penelitian.....	42
3.2	Identifikasi Variabel	43
3.2.1	Variabel Eksogen	43

3.2.2	Variabel Endogen.....	43
3.3	Definisi Operasional.....	44
3.3.1	<i>Prior Experience</i>	44
3.3.2	eWOM.....	45
3.3.3	<i>Authenticity</i>	46
3.3.4	<i>Customer Satisfaction</i>	47
3.3.5	<i>Revisit Intention</i>	47
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.5	Populasi dan Sampel	49
3.5.1	Populasi Penelitian.....	49
3.5.2	Sampel Penelitian	49
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	50
3.7	Teknik Analisis.....	51
3.7.1	<i>Outer Model Evaluation</i>	52
3.7.2	<i>Inner Model Evaluation</i>	54
3.7.3	Alasan Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2	Analisis Hasil Penelitian	57
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	59
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.3	Deskripsi Tanggapan Responden	62

4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden pada <i>Prior Experience</i>	63
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden pada eWOM.....	64
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden pada <i>Authenticity</i>	66
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden pada <i>Customer Satisfaction</i>	67
4.3.5 Deskripsi Tanggapan Responden pada <i>Revisit Intention</i>	68
4.4 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	69
4.4.1 <i>Outer Model Evaluation</i>	69
4.4.2 <i>Inner Model Evaluation</i>	75
4.4.3 Pengujian Hipotesis	77
4.5 Pembahasan	80
4.5.1 Pengaruh <i>Prior Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	80
4.5.2 Pengaruh <i>Electronic WOM</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	81
4.5.3 Pengaruh <i>Authenticity</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	82
4.5.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	83
4.5.5 Efek Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Hubungan antara <i>Prior Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i>	84
4.5.6 Efek Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Hubungan antara <i>Electronic WOM</i> dan <i>Revisit Intention</i>	85
4.5.7 Efek Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Hubungan antara <i>Authenticity</i> dan <i>Revisit Intention</i>	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran	89
5.2.1 Saran bagi Praktisi	89
5.2.2 Saran bagi Akademisi.....	90

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5 Kategori Mean dari Skor Interval	63
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Prior Experience</i>	63
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel eWOM.....	65
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Authenticity</i>	66
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	67
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	68
Tabel 4.11 Nilai Validitas Outer Loading.....	71
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	72
Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4.14 Nilai <i>Internal Consistency</i> dengan Menguji <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4.15 Nilai <i>R-Square</i>	76
Tabel 4.16 Tabel Path Coefficients	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penampakan Tropikal Coffee yang Dipenuhi dengan Warna Coral	7
Gambar 1.2 Salah Satu Menu <i>Signature</i> Tropikal Coffee	7
Gambar 1.3 Penampakan <i>Indoor</i> dan <i>Outdoor</i> Tropikal Coffee.....	8
Gambar 1.4 Beberapa Furnitur Kayu dan Rotan di Tropikal Coffee	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Konstruksi Nilai Loading.....	70
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	115
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN.....	121
LAMPIRAN 3 DESKRIPSI PROFIL RESPONDEN	127
LAMPIRAN 4 DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN.....	129
LAMPIRAN 5 HASIL <i>ALGORITHM</i> PLS	130
LAMPIRAN 6 HASIL <i>BOOTSTRAPPING</i> PLS.....	132