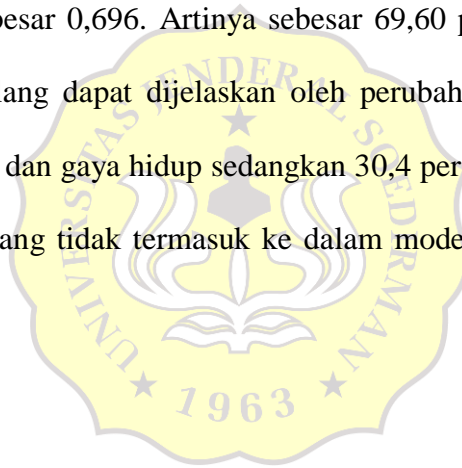


## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel citra merek, pengalaman pelanggan dan gaya hidup terhadap minat beli ulang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 107 responden yang merupakan konsumen Kopi Janji Jiwa di Purwokerto. Metode pemilihan sampel dalam penelitian menggunakan metode purposive sampling. Data kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek dan gaya hidup berpengaruh pada minat beli ulang. Sedangkan, variabel pengalaman pelanggan tidak berpengaruh pada minat beli ulang. Nilai koefisien determinasi (Adjusted r square) sebesar 0,696. Artinya sebesar 69,60 persen variasi perubahan variabel Minat Beli Ulang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel citra merek, pengalaman pelanggan, dan gaya hidup sedangkan 30,4 persen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk ke dalam model regresi pada penelitian ini.



## SUMMARY

This study aims to see and analyze the effect of brand image, customer experience and style on repurchase interest. The sample in this study may be 107 respondents who are consumers of Kopi Janji Jiwa in Purwokerto. The sample selection method in this study using purposive sampling method. The data were then analyzed by multiple regression analysis. The results showed that the variable brand image and lifestyle on repurchase interest. Meanwhile, the customer experience variable has no effect on repurchase interest. The coefficient of determination (Adjusted r square) is 0.696. This means that 69.60 percent of the variation of changes in the Repurchase Interest variable can indicate changes in the brand image, customer experience, and lifestyle variables, while 30.4 percent can be applied by other variables that are not included in the regression model in this study.

