

**PENGARUH *ONLINE INNOVATION, CUSTOMER EXPERIENCE,*  
DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION*  
(STUDI PADA *USER APLIKASI TOMORO COFFEE*  
DI AREA MADIUN RAYA)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yaza Azizah  
NIM : 21415513  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2026**

**PENGARUH *ONLINE INNOVATION, CUSTOMER EXPERIENCE,*  
DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION*  
(STUDI PADA *USER APLIKASI TOMORO COFFEE*  
DI AREA MADIUN RAYA)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yaza Azizah  
NIM : 21415513  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Online Innovation, Customer Experience*, dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada User Aplikasi Tomoro Coffee di Area Madiun Raya)  
: Yaza Azizah  
: 21415513  
Nama :  
NIM : Pacitan, 15 April 2003  
Tempat, Tanggal Lahir : Manajemen  
Program Studi

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 26 Januari 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



FERY SETIAWAN, S.E., M.M  
NUPTK. 1552767668131043



Dr. MAWAN, SPd., M.M  
NUPTK. 537763664131113

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. SLAMET SANTOSO, S.E., M.Si  
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji :

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

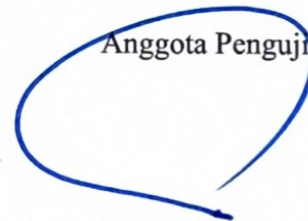
Anggota Penguji



FERY SETIAWAN, S.E., M.M  
NUPTK. 1552767668131043



Dr. HERY WILAYANTO, S.T., M.M., M.Kom  
NUPTK. 0857752653130142



Dr. WIJANTO, S.E., M.M  
NUPTK. 2758763664130222

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatulahi. Wabarakatuh.*

*Alhamdulillah* rabbi 'alamiin, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Innovation, Customer Experience*, dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada *User Aplikasi Tomoro Coffee* di Area Madiun Raya)” dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen
4. Bapak Fery Setiawan, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Riawan, S.Pd., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa

bersabar dalam membimbing peneliti dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara.
6. Bapak dan Ibu yang hebat, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan tanpa batas yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
7. Kepada teman-teman kelas Manajemen D Angkatan 2021, kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
8. Kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh*

Ponorogo, 26 Januari 2026

  
Yaza Azizah

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 26 Januari 2026



Yaza Azizah

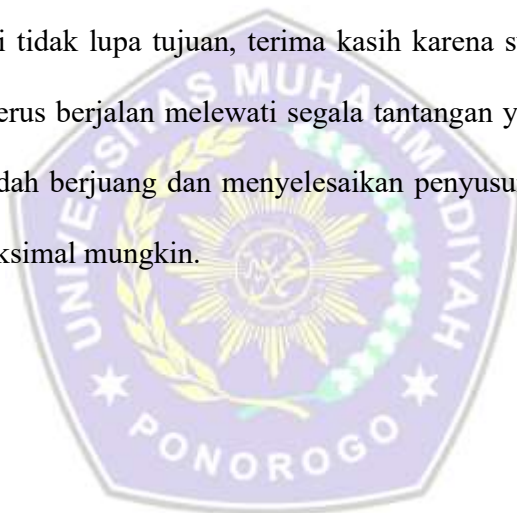
NIM 2141551

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, Rahmat serta Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Innovation, Customer Experience, dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention* (Studi Pada *User Aplikasi Tomoro Coffee di Area Madiun Raya*)” Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terima kasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material dalam menyelesaikan pendidikan.
2. Bapak Fery Setiawan S.E., M.M selaku Dosen pembimbing I, terima kasih telah memberikan bimbingan, nasehat, arahan, kritik, saran dan selalu berkenan meluangkan waktunya ditengah kesibukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Bapak Dr. Riawan S.Pd., M.M selaku Dosen pembimbing II, terimakasih telah memberikan bimbingan, nasehat, kritik dan saran, sehingga penulis dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan terima kasih atas dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Kepada seorang laki-laki yang tidak kalah penting kehadirannya, yang sudah bersedia menjadi tempat untuk melepas keluh kesah, Terimakasih atas segala usaha dukungan, dan doa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan, terima kasih telah kebersamai penulis berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terima kasih untuk energi positif yang diberikan dan sukses untuk kalian.
7. Pihak Tomoro Coffee, terima kasih atas kesempatan, bantuan serta kerja sama yang sangat berarti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Terakhir, untuk diri sendiri, yang tidak selalu kuat tapi selalu berusaha, Yang tahu artinya lelah tapi tidak lupa tujuan, terima kasih karena sudah mampu bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih sudah berjuang dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin.



## MOTTO

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

Artinya:

“Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu.” (QS. Al-Qashash: 77)

*“People will never forget how you made them feel.”*

-Maya Angelou



## ABSTRAK

Skripsi: “Pengaruh *Online Innovation, Customer Experience* dan *Customer Sataisfaction* Terhadap *Repurchase intention* (Studi Pada *User* Aplikasi Tomoro Coffee di Area Madiun Raya) ”; Yaza Azizah, NIM 2141551, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Perkembangan teknologi digital yang pesat secara signifikan mengubah perilaku konsumen, termasuk pada industri makanan dan minuman. Salah satu perubahan utama adalah penggunaan aplikasi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online innovation, customer experience, dan customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada *user* aplikasi Tomoro Coffee di Area Madiun Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Penelitian ini melibatkan 111 responden, yang merupakan pengguna aktif aplikasi Tomoro Coffee dan telah melakukan transaksi pembelian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala likert dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online innovation, Customer experience, dan customer satisfaction* memiliki efek positif dan signifikan terhadap niat *repurchase intention*. Studi ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen Tomoro Coffee untuk terus meningkatkan inovasi layanan berbasis teknologi dengan mempertahankan kepuasan dan pengalaman pelanggan guna memastikan keberlanjutan bisnis di era digital.

Kata Kunci : *Online Innovation, Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Tomoro Coffee*

## ABSTRACT

Thesis: “The Influence of Online Innovation, Customer Experience, And Customer Satisfaction on Repurchase Intention (A Study on users of the Tomoro Coffee App in the Madiun Raya Area)”; Yaza Azizah, NIM 21415513, Management Study, Faculty of Economics, Muhammadiyah Ponorogo University.

The rapid development of digital technology has significantly transformed consumer behavior, including in the food and beverage industry. One of the key transformations is the use of digital applications to enhance customer experiences. This study aims to analyze the effect of online innovation, customer experience, and customer satisfaction on repurchase intention among users of the Tomoro Coffee application in the Madiun Raya area. This research employs a quantitative method with a Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The study involved 111 respondents, who are active users of the Tomoro Coffee application and have made purchase transactions. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed with SmartPLS 4.1. The findings reveal that online innovation, Customer experience, and customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention. This study provides practical implications for Tomoro Coffee management to continuously improve technology-based service innovation while maintaining customer satisfaction and experience to ensure business sustainability in the digital era.

Keywords: Online Innovation; Customer Experience; Customer Satisfaction; Repurchase Intention; Tomoro Coffee

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian .....	10
2. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II</b> .....	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
1. Bisnis Digital.....	13
2. Definisi Manajemen Bisnis Digital .....	14
a. Manajemen .....	14
b. Manajemen Bisnis Digital .....	15
c. Fungsi Manajemen Bisnis Digital .....	17
d. Tujuan Manajemen Bisnis Digital .....	18
3. <i>Online Innovation</i> (Inovasi Online) .....	20
a. Definisi <i>Innovation</i> .....	20
b. Definisi <i>Online Innovation</i> .....	22

c.	Faktor faktor yang Mempengaruhi <i>Online Innovation</i> .....	23
d.	Indikator <i>Online Innovation</i> .....	24
4.	<i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan) .....	26
a.	Definisi <i>Customer Behavior</i> .....	26
b.	Definisi <i>Customer Experience</i> .....	27
c.	Faktor faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i> .....	29
d.	Indikator <i>Customer Experience</i> .....	30
5.	<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan) .....	31
a.	Definisi <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
b.	Faktor faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> .....	32
c.	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
6.	<i>Repurchase Intention</i> (Pembelian Ulang) .....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	38
2.3	Kerangka Konseptual .....	45
2.4	Hipotesis .....	46
<b>BAB III.....</b>		<b>49</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	49
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	49
1.	Populasi Penelitian.....	49
2.	Sampel Penelitian.....	50
3.3	Metode Pengambilan Data.....	51
3.4	Operasional Variabel .....	52
3.5	Metode Analisis Data .....	56
1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
2.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
3.	Uji Hipotesis .....	60
<b>BAB IV.....</b>		<b>62</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>62</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	62
1.	Profile Tomoro Coffee .....	62

2.	Penerapan <i>Innovation</i> di Tomoro Coffee .....	63
4.2	Pengumpulan Data .....	64
4.3	Analisis Deskriptif karakteristik Responden Penelitian .....	66
1.	Jenis Kelamin .....	66
2.	Umur .....	67
3.	Pendidikan Terakhir .....	68
4.	Pekerjaan .....	69
5.	Pengeluaran Dalam Sebulan .....	70
6.	Tempat Pembelian.....	71
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	71
1.	<i>Repurchase Intention</i> .....	72
2.	<i>Online Innovation</i> .....	74
3.	<i>Customer Experience</i> .....	76
4.	<i>Customer Satisfaction</i> .....	77
4.5	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	78
4.6	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	82
1.	<i>Determination Coefficient (r-square)</i> .....	82
2.	<i>Predictive Relevance (Q-square)</i> .....	83
3.	<i>Path Coefficient</i> .....	83
4.7	Uji Hipotesis .....	84
4.8	Pembahasan .....	85
1.	Pengaruh <i>Online Innovation</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	85
2.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	87
3.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	89
<b>BAB V.....</b>		<b>92</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>92</b>
5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	52
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 3 Cut Off Value Uji Model Pengukuran .....	58
Tabel 4. 1 Jumlah Responden penelitian.....	64
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4. 3 Umur .....	67
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir .....	68
Tabel 4. 5 Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 6 Pengeluaran Dalam Sebulan .....	70
Tabel 4. 7 Tempat Pembelian.....	70
Tabel 4. 8 Kriteria Nilai Interval.....	72
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Repurchase Intention .....	73
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Online Innovation .....	74
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Customer Experience .....	76
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Customer Satisfaction .....	77
Tabel 4. 13 Hasil Validitas konvergen dan Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 14 Nilai Cross Loading .....	80
Tabel 4. 15 Determination Coefficient dan Predictive Relevance.....	82
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Berdasarkan P-value .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	45
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	60
Gambar 4. 1 Tomoro Coffee .....	63
Gambar 4. 2 Aplikasi Tomoro Coffee.....	64
Gambar 4. 3 Diagram Alur Outer Model.....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Cek Uji Plagiasi .....	107
Lampiran 2 Kuesioner.....	108
Lampiran 3 Data Responden.....	111
Lampiran 4 Data Mentah Variabel X1, X2, X3 dan Y .....	117
Lampiran 5 Hasil Olah Data .....	122
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	126
Lampiran 7 Bukti Submit Artikel (Bisma – Jurnal Bisnis dan Manajemen).....	127
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	128
Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan.....	129

