

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA*
ADVERTISING DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PRODUK KOSMETIK ESQA**

TUGAS AKHIR



SITI NURHAYATI

1201701012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA*
ADVERTISING DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PRODUK KOSMETIK ESQA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



SITI NURHAYATI

1201701012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini yaitu hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Siti Nurhayati

NIM : 1201701012

Tanda tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Nurhayati', positioned below the 'Tanda tangan' label.

Tanggal : 13 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti Nurhayati

NIM : 1201701012

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Advertising* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk Kosmetik ESQA**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE., M.M.



Penguji 1 : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM



Penguji 2 : Ir. Gunardi Endro, Ph.D



Ditandatangani secara elektronik oleh
Gunardi
pada 15/08/2024 12:09

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Advertising* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk Kosmetik ESQA”. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dalam Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini, penyelesaiannya akan sangat sulit bagi saya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Allah SWT, atas rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat diberikan kesehatan dan kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir.
- 2) Kepada kedua orang tua yang sangat saya sayangi, bapak dan Mama, kakak, adik dan nenek saya yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan juga doa sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
- 3) Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Bakrie.
- 4) Bapak Prof. M. Taufiq Amir. S.E., MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
- 5) Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi, bantuan, arahan dan juga membimbing saya selama proses pengerjaan tugas akhir dan juga memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
- 6) Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM. selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan motivasi, bantuan, arahan selama proses pengerjaan tugas akhir dan juga memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

- 7) Bapak Ir. Gunardi Endro, Ph.D, selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan motivasi, bantuan, arahan selama proses pengerjaan tugas akhir dan juga memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
- 8) Kepada Semua Dosen program Studi manajemen yang sudah memberikan dan mengajari saya di bidang manajemen selama masa perkuliahan.
- 9) Aditya Putra, yang selalu memberikan semangat, motivasi dan juga emotional support selama proses pengerjaan tugas akhir.
- 10) Teman-teman Jiseong Club, Nadra dan Juga Hanan yang selalu memberikan semangat, arahan dan juga menemani 4 tahun masa perkuliahan di Universitas Bakrie.
- 11) Teman -teman kost 16C dan teman-teman seperjuangan yang lain tanpa bisa saya sebutkan satu-satu, terimakasih sudah selalu menemani dan memberikan semangat selama proses pengerjain skripsi.
- 12) Dan Kepada diri saya sendiri, Siti Nurhayati, terimakasih sudah mau berjuang dan bertahan sampai di titik ini , kamu hebat bisa sampai di titik ini dan kamu ternyata mampu untuk menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu.

Sebagai penutup, penulis berharap agar Allah Swt. membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah memberikan bantuan. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan..

Jakarta, 13 Agustus 2024



Siti Nurhayati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nurhayati
NIM : 1201701012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk perolehan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas *Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Advertising* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk Kosmetik ESQA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Siti Nurhayati

Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Advertising* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk Kosmetik ESQA

Siti Nurhayati

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk, *social media advertising* dan *customer experience* terhadap variabel *repurchase intention* yang dimiliki oleh konsumen produk kosmetik ESQA. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan teknik *random sampling*, menggunakan skala pengukuran *semantic differential* dan metode analisis data yaitu regresi linear berganda dengan perolehan reponden sebanyak 120 konsumen produk kosmetik ESQA dan data diolah menggunakan bantuan *software SPSS*. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah Uji Kelayakan Model yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Kemudian Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Lalu ada Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji T (Parsial), Uji F (Simultan), dan Determinasi Koefisien (R^2). Temuan dari penelitian ini yaitu kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *social media advertising* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk kosmetik ESQA.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Social Media Advertising*, *Customer Experience*, *Repurchase Intention*

The Influence of Product Quality, Social Media Advertising and Customer Experience on Repurchase Intention for ESQA Cosmetic Products

Siti Nurhayati

ABSTRACT

This study aims to find out how much influence is given by product quality variables, social media advertising and customer experience on the repurchase intention variable owned by consumers of ESQA cosmetic products. The method used in this study is a quantitative method with random sampling technique, using a semantic differential measurement scale and a data analysis method, namely multiple linear regression with the acquisition of 120 consumers of ESQA cosmetic products and the data is processed using the help of SPSS software. The data analysis technique in this study is the Model Feasibility Test which consists of a Validity Test and a Reliability Test. Then the Classic Assumption Test which consists of the Normality Test, the Multicollinearity Test, and the Heteroscedasticity Test. Then there is the Hypothesis Test which consists of the T Test (Partial), the F Test (Simultaneous), and the Coefficient Determination (R²). The findings of this study are that product quality has a positive and significant influence on repurchase intention, social media advertising has a positive and significant influence on repurchase intention, customer experience has a positive and significant influence on repurchase intention on ESQA cosmetic products.

Keywords: *Product Quality, Social Media Advertising, Customer Experience, Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.2 <i>Social Media Advertising</i>	14
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	16
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	18
2.2 Kerangka Konseptual	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	21
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel	25
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.5 Sumber Data	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	27
3.6.1 Skala Pengukuran	28
3.7 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	28
3.7.1 Variabel Penelitian.....	28
3.7.2 Operasional Variabel	29
3.8 Teknik Analisis Data	31
3.8.1 Uji Instrumen	31
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.4 Uji Kelayakan Model.....	34
3.8.5 Uji Hipotesis	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 <i>Pre-Test</i> Kuesioner.....	37
4.1.2 Uji Instrumen	41
4.1.3 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	46
4.1.4 Statistik Deskriptif Variabel.....	52
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.1.6 Analisis Regresi Berganda.....	63
4.1.7 Uji Hipotesis	64
4.2 Pembahasan	69
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	70
4.2.2 Pengaruh <i>Social Media Advertising</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	72
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	74
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Social Media Advertising</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	75
4.3 Implikasi Manajerial.....	76

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	76
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Advertising</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	77
4.3.1 Pengaruh <i>customer experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	77
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Social Media Advertising</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	78
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5. 1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 urutan popularitas merek kosmetik vegan di Indonesia-November 2022	2
Gambar 2 Review tentang slick drip serum lip tint ESQA	3
Gambar 3 Review tentang brow stroke pencil ESQA.....	4
Gambar 4 Review tentang eyeshadow ESQA.....	4
Gambar 5 Pengguna internet usia 16-64 tahun yang menggunakan media social setiap bulan.....	5
Gambar 6 Social media Instagram ESQA.....	6
Gambar 7 Social media Tiktok ESQA	6
Gambar 8 Social media Youtube ESQA.....	7
Gambar 9 Social media Facebook ESQA	7
Gambar 10 Kerangka konseptual	21
Gambar 15 Uji Normalitas P-Plots	61

DAFTAR TABEL

Table 1 Variabel Operasional.....	29
Table 2 Validitas Variabel Kualitas Produk.....	37
Table 3 Validitas Variabel Social Media Advertising	38
Table 4 Validitas Variabel Customer Experience	39
Table 5 Validitas Variabel Repurchase Intention	39
Table 6 Uji Reliabilitas	40
Table 7 Validitas Variabel Kualitas Produk.....	42
Table 8 Validitas Variabel Social Media Advertising	43
Table 9 Validitas Variabel Customer Experience	44
Table 10 Validitas Variabel Repurchase Intention	44
Table 11 Uji Reliabilitas	45
Table 12 Jenis Kelamin Responden	47
Table 13 Jenis Kelamin Responden	47
Table 14 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Table 15 Responden Berdasarkan Domisili	50
Table 16 Responden Berdasarkan Pengguna Produk ESQA	51
Table 17 Responden Berdasarkan Pengguna Social Media.....	52
Table 18 Responden Berdasarkan Pengguna Social Media.....	53
Table 19 Statistik Deskriptif Kualitas Produk	54
Table 20 Statistik Deskriptif Social Media Advertising	55
Table 21 Statistik Deskriptif Customer Experience.....	57
Table 22 Statistik Deskriptif Repurchase Intention	59
Table 23 Uji Normalitas Data	60
Table 24 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Table 25 Uji multikolinearitas	63
Table 26 Persamaan Regresi	64
Table 27 Uji F	65
Table 28 Uji t	66
Table 29 Koefisien Determinasi	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Output Uji Alat Ukur.....	102
Lampiran 3 Output Karakteristik Responden	105
Lampiran 4 Output Statistik Deskriptif.....	107
Lampiran 5 Output Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 6 Output Analisis Regresi Linear Berganda	110
Lampiran 7 Output Uji Hipotesis.....	111