

**PENGARUH *CUSTOMERS KNOWLEDGE, EXPERIENCE, DAN*
SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PRODUK SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

LIA AGUSTINA

NPM. 19042010142

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CUSTOMERS KNOWLEDGE, EXPERIENCE, DAN
SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PRODUK
SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Surabaya)

Disusun Oleh :

LIA AGUSTINA
NPM.19042010142

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CUSTOMERS KNOWLEDGE, EXPERIENCE, DAN SATISFACTION
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PRODUK SCARLETT WHITENING
(Studi pada pengguna scarlett whitening di Surabaya)**


Disusun Oleh :

LIA AGUSTINA
NPM : 19042010142

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Januari 2023


Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Siti Ning Farida., M.Si
NIP.196407291990032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Dra. Siti Ning Farida., M.Si
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lia Agustina
NPM : 19042010142
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi :

PENGARUH CUSTOMERS KNOWLEDGE, EXPERIENCE, DAN SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Lia Agustina

NPM.19042010142

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal yang berjudul **“Pengaruh *Customers Knowledge, Experience, Dan Satisfaction Terhadap Purchase Intention* Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Surabaya)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk proposal ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menemui berbagai kesulitan dan hambatan, namun syukur Alhamdulillah semuanya dapat penulis lewati dengan baik. Selesaiannya proposal ini tidak lepas dari bimbingan dari Ibu Dra. Siti Ning Farida M,si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dalam menyelesaikan proposal ini, tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, adik, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, do’a dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat saya Nada, Tata, Hawa, Cholif, Wahyu, Karin, Nuraini, Sekar, Nadinda yang memberikan dukungan mental yang baik serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Harapan penulis untuk proposal ini, semoga bisa bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga proposal ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembaca proposal penelitian ini.

Surabaya, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3 <i>Customers Knowledge</i>	20
2.2.4 <i>Customers Experience</i>	22
2.2.5 <i>Customers Stisfaction</i>	25
2.2.6 Pembelian Ulang.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 Kerangka Berpikir	32
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.2.1 Definisi Operasional.....	34
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.4 Pengumpulan Data	40
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Reabilitas.....	42
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5.5 Uji Hipotesis.....	48
3.6 Jadwal Penelitian.....	50
BAB IV.....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Profil Perusahaan.....	52
4.1.2 Logo Perusahaan.....	52
4.1.3 Produk Scarlett Whitening.....	53
4.2 Penyajian Hasil Penelitian.....	56

4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	61
4.3 Hasil Analisis Data.....	69
4.3.1 Uji Validitas.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4 Analisis Linier Berganda.....	76
4.3.5 Uji Hipotesis.....	78
4.3.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji F).....	78
4.3.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji t.).....	79
4.4 Pembahasan.....	83
BAB V Penutup.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia.....	4
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Produk-Produk Scarlett Whitening.....	53
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 4.3 Usia Responden.....	57
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 4.5 Domisili Responden.....	59
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Customer Knowledge (X1)..	61
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Customer Experience (X2)..	63
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Customer Satisfaction (X3).	65
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Repurchase Intention (Y)....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikoleneartitas.....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokolerasi.....	74
Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Berganda.....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Review Customers mengenai pengetahuan, pengalaman, dan kepuasan produk Scarlett Whitening di platform instagram.....	6
Gambar 1.2 Review Customers mengenai pengetahuan, pengalaman, dan kepuasan produk Scarlett Whitening di platform e-commerce shopee.....	8
Gambar 1.3 Review Customers mengenai pengetahuan, pengalaman, dan kepuasan produk Scarlett Whitening di platform website femail daily.....	9
Gambar 3.1 Kurva F.....	49
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	50
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	53
Gambar 4.2 Jenis Kelsamin Responden.....	57
Gambar 4.3 Usia Responden.....	58
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden.....	59
Gambar 4.5 Domisili Responden.....	60
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	72

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mengetahui apakah pengalaman konsumen, pengetahuan konsumen, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang produk Scarlett Whitening. Penelitian adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Produk Scarlett Whitening di wilayah Surabaya. Dengan kriteria pernah menggunakan produk Scarlett lebih dari satu kali. Sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dengan demikian hasil penelitian ini yakni secara simultan dan parsial pengalaman konsumen, pengetahuan konsumen, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang produk Scarlett Whitening (Studi pada pengguna Scarlett Whitening di Surabaya)

Kata Kunci: Pengetahuan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Pembelian Ulang.

Abstract

This study has the main objective, namely to find out whether customers knowledge, Customers sexperience, consumer knowledge, and consumer satisfaction have an influence on repurchasing Scarlett Whitening products. Research is quantitative research. The population in this study are users of Scarlett Whitening Products in the Surabaya area. With the criteria of having used Scarlett products more than once. The required sample is 100 respondents. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling. The type of data used in this study is primary data, namely data collected or obtained directly from the research object. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Thus the results of this study namely simultaneously and partially customers knowledge, customer experience, customers satisfaction, have an influence on repurchasing Scarlett Whitening products (Studies on Scarlett Whitening users in Surabaya)

Keywords: *consumen knowledge, consumen experience, consumer satisfaction, repurchase intention*