

**PENGARUH *CUSTOMERS EXPERIENCE* DAN *CUSTOMERS SATISFACTION***

**TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK AVOSKIN**

**(Studi Pada *Followers Akun Autobase @ohmybeautybank*)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**BERLIANA PUTRI DAMAYANTI**

**NPM. 18042010004**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *CUSTOMERS EXPERIENCE* DAN *CUSTOMERS***

***SATISFACTION* TERHADAP PEMBELIAN**

**ULANG PRODUK AVOSKIN**

**(Studi Pada *Followers* Akun Autobase @ohmybeautybank)**

**Disusun Oleh :**

**BERLIANA PUTRI DAMAYANTI**

**NPM. 18042010004**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dr. Drs. Nurhadi, M.Si**

**NIP. 196902011994031001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. E.C. Gendut Sukarno, MS. CHRA**

**NIP. 195807011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *CUSTOMERS EXPERIENCE* DAN *CUSTOMERS SATISFACTION* TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK AVOSKIN  
(Studi Pada *Followers* Akun Autobase @ohmybeautybank)  
Disusun Oleh :**

**BERLIANA PUTRI DAMAYANTI**  
NPM. 18042010004

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 22 April 2022

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



**Dr. Drs. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
NIP. 196009241993032001

**2. Sekretaris**



**Nurul Azizah, S.AB., M.AB**  
NPT. 17219910501002

**3. Anggota**



**Dr. Drs. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
NIP. 195807011987031001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Penelitian Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Customers Experience* dan *Customers Satisfaction* Terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin (Studi Pada *Followers Akun Autobase @ohmybeautybank*)**”.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada Bapak Dr. Drs. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing Penelitian Skripsi yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Pada kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan kepada Yth :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno,MS.CHRA 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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu mendukung secara materil dan non materil.
5. Seluruh rekan dan pihak yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan laporan ini.

6. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman terdekat yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari dalam laporan ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, Mei 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan .....	17
1.4 Manfaat .....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.4.2 Manfaat Praktis .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Pemasaran .....	22
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3 Perilaku Konsumen .....	25
2.2.4 <i>Costumers Experience</i> .....	26
2.2.5 <i>Costumers Satisfaction</i> .....	30
2.2.6 Pembelian Ulang .....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.3.1 Pengaruh <i>Customers Experience</i> terhadap Pembelian Ulang .....	37
2.3.2 Pengaruh <i>Customers Satisfaction</i> terhadap Pembelian Ulang .....	38
2.4 Kerangka Berpikir.....	39
2.5 Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	42

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	42
3.2.1 Pengukuran Variabel.....	44
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Sumber Data.....	48
3.4.2 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5 Teknik Analisa Data .....	49
3.5.1 Uji Validitas .....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4 Analisis Regresi Berganda .....	55
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	62
4.1.3 Logo Perusahaan dan Tagline Avoskin <i>Beauty</i> .....	62
4.1.3.1 Logo Avoskin <i>Beauty</i> .....	62
4.1.3.2 Tagline Avoskin <i>Beauty</i> .....	63
4.2 Penyajian Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden .....	63
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	69
4.3 Hasil Analisis Data .....	76
4.3.1 Uji Validitas .....	76
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	78
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
4.3.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
4.3.6 Pengujian Hipotesis .....	86
4.3.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	86

4.3.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	90
4.4 Pembahasan.....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Mengenai Pengalaman & Kepuasan Pelanggan Selama Menggunakan Produk Avoskin Pada Akun @ohmybeautybank.....	16
Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	55
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4.2 Usia Responden.....	65
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	66
Tabel 4.4 Penggunaan Produk Avoskin.....	68
Tabel 4.5 Distribusi Persentase Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customers Experience</i> ( $X_1$ ).....	69
Tabel 4.6 Distribusi Persentase Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customers Satisfaction</i> ( $X_2$ ).....	71
Tabel 4.7 Distribusi Persentase Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pembelian Ulang ( $Y$ ).....	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov Smirnov Test</i> .....	80
Tabel 4.11 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> Variabel Bebas.....	81
Tabel 4.12 Nilai Durbin Watson.....	83
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4.14 Hasil <i>R Square</i> .....	86
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Platform</i> Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia.....	10
Gambar 1.2 Data Pengguna <i>Platform</i> Media Twitter.....	11
Gambar 1.3 <i>Thread Official</i> Akun Avoskin.....	14
Gambar 1.4 <i>Giveaway</i> Pada Akun <i>Autobase</i> .....	15
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 3.1 Uji F.....	58
Gambar 3.2 Uji t.....	59
Gambar 4.1 Logo Avoskin <i>Beauty</i> .....	63
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	65
Gambar 4.3 Usia Responden.....	66
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden.....	67
Gambar 4.5 Penggunaan Produk Avoskin.....	68
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	79
Gambar 4.7 Grafik <i>Scatterplots</i> .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabel Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3: Tabel Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4: Tabel Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5: Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 6: Tabel Koefisien Determinasi
- Lampiran 7: Tabel R *Square*
- Lampiran 8: Tabel Durbin Watson
- Lampiran 9: Tabel t
- Lampiran 10: Tabel F

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan yang kompetitif dan perkembangan sektor bisnis yang maju mendorong perusahaan bersaing semakin ketat. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Customers Experience* dan *Customers Satisfication* terhadap Pembelian Ulang produk Avoskin pada *Followers @ohmybeautybank*. Penelitian ini menggunakan alat uji berupa IBM SPSS *Statistic 26*. Populasi yang digunakan yaitu *Followers Autobase @ohmybeautybank*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif. Hasil uji t menunjukkan bahwa *Customers Experience* dan *Customers Satisfication* berpengaruh positif terhadap Pembelian Ulang produk Avoskin pada *Followers @ohmybeautybank* dimana *Customers Experience* memiliki t hitung sebesar 3,250 sedangkan *Customers Satisfication* memiliki t hitung sebesar 2,123. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Customer Experience* lebih mempengaruhi Pembelian Ulang daripada *Customers Satisfication*.

**Kata kunci:** *Customers Experience, Customers Satisfication, Pembelian Ulang*

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the conditions of competitive competition and the development of an advanced business sector that encourages companies to compete increasingly fiercely. Thus the company is required to provide satisfactory service to consumers. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Customers Experience and Customers Satisfaction on Repeat Purchase Avoskin products at @ohmybeautybank Followers. This study uses a test tool in the form of IBM SPSS Statistic 26. The population used is Followers Autobase @ohmybeautybank. The data collection used in this research is using a questionnaire. Data analysis in this study used descriptive statistical techniques. The results of the t-test indicate that Customers Experience and Customer Satisfaction have a positive effect on Repeat Purchase Avoskin products at @ohmybeautybank Followers where customers experience has a t-count of 3.250 while Customers Satification has a t-count of 2.123. So it can be concluded that Customers Experience influences Repeat Purchase more than Customers Satisfaction.*

***Keywords: Customers Experience, Customers Satisfication, Repeat Purchase***