

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
SUNSCREEN WARDAH DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
Ni Komang Sueni
NIM 2117041154**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE, M.Si
NIP. 197611102014042001

Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

Skripsi oleh Ni Komang Sueni ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 16 April 2025

Dewan Penguji,



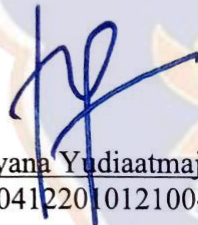
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE, M.Si
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc
NIP.197404122010121004

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 April 2025

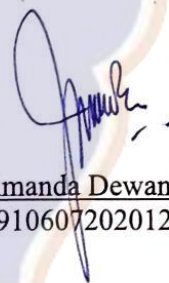
Menyetujui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang *Sunscreen Wardah* di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Ni Komang Sueni

NIM. 2117041154

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatnya lah, penulis dapat Menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang *Sunscreen Wardah di Kota Singaraja*”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E, M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini
6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan

9. Kepada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua Orang Tua (I Ketut Suatra dan Ni Ketut Murni), saudara (Ni Kadek Diani, Ni Ketut Ari Anggari dan Luh Tu Asha Widyandari) dan *Jehem Family* yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk sahabat penulis yaitu Ni Luh Juniari, Ni Putu Okta Viliani, Ni Ketut Astiti Widiyanti, Ni Komang Ayu Juniari, Ni Putu Ayu Kusuma Dewi, Ni Wayan Sukma Wiantari, Ni Made Tika Masetianingsih, Fina Angraini, Kadek Feny Sugiantari, Luh Putriasih, Ni Putu Lina Widianingsih, Kadek Mevia Ari Dewanti, Ni Putu Nita Arianti, Ni Komang Putri Juliawati, Sang Nyoman Danuarta, dan Kadek Ariana yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan berbagi pengalaman semasa kuliah. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya yang sangat berarti.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 17 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	11
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 14
2.1 Deskripsi Teoritis	14
2.1.1 Minat Beli Ulang	14
2.1.2 <i>Customer Experience</i>	17
2.1.3 <i>Brand Image</i>	20
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang	27
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang	28
2.3.3 Hubungan <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang	28
2.4 Kerangka Berpikir	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Rancangan Penelitian	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	35
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	36
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	36
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data	37
3.6.3 Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.8 Rencana Pengujian Hipotesis	43
3.8.1 Uji t (Secara Parsial)	43
3.7.2 Uji F (Secara Simultan)	44
3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data	46
4.1.1 Gambaran Umum Responden	46
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden	46
4.1.3 Analisis Deskriptif	50
4.1.4 Deskripsi Data <i>Customer Experience</i>	53
4.1.5 Deskripsi Data <i>Brand Image</i>	55
4.1.6 Deskripsi Data Minat Beli Ulang	57
4.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.1 Uji Normalitas	59
4.2.2 Uji Multikolinearitas	60
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.3 Uji Hipotesis	61
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.3.2 Uji Parsial (Uji t)	62

4.3.3 Uji Simultan (Uji F)	63
4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	64
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.5.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang <i>Sunscreen</i> Wardah di Kota Singaraja	65
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang <i>Sunscreen</i> Wardah di Kota Singaraja	71
4.5.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang <i>Sunscreen</i> Wardah di Kota Singaraja	79
4.6 Keterbatasan Penelitian	84
 BAB V PENUTUP	87
5.1 Rangkuman.....	87
5.2 Simpulan.....	88
5.3 Saran.....	89
 DAFTAR RUJUKAN	92
LAMPIRAN	92



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Data Top 4 Brand Kategori <i>Sunblock Cream</i> Indonesia	3
Tabel 1. 2. 5 Brand <i>Sunscreen</i> Penjualan Terlaris 2022-2023 Di <i>E-Commerce</i>	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan Produk <i>Sunscreen</i> Wardah di <i>Queen Beauty</i> Singaraja 6	
Tabel 1. 4 Survei Awal Pengguna <i>Sunscreen</i> Wardah.....	7
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan.....	49
Tabel 4. 4 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Penelitian <i>Customer Experience</i> (X_1).....	53
Tabel 4. 7 Hasil Penelitian <i>Brand Image</i> (X_2)	55
Tabel 4. 8 Hasil Penelitian Minat Beli Ulang (Y).....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.13 Tabel Uji Simultan (Uji F)	63
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Hasil Survei Awal Konsumen	1
Gambar 1. 2 Grafik <i>Interest By City Sunscreen</i> Wardah di Bali Tahun 2023	2
Gambar 1. 3 Hasil Survey Awal Konsumen	5
Gambar 2. 1 Model Kerangka Berpikir	30
Gambar 3. 1 Rencana Penelitian	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Surat Permohonan Data	97
Lampiran 2. Data Penjualan <i>Sunscreen</i> Wardah di Toko <i>Queen Beauty</i> Singaraja Tahun 2023	98
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 4. Data Responden.....	104
Lampiran 5. Tabulasi Data.....	108
Lampiran 6. Perhitungan Kriteria Indikator.....	108
Lampiran 7. Hasil Uji SPSS.....	118
Lampiran 8. Riwayat Hidup	124

