



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Data



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 2244/UN48.13.1/DL/2024

Singaraja, 22 Oktober 2024

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Data Penelitian**

Kepada Yth. **Kepala Queen Beauty Singaraja**
di-

Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Ni Komang Sueni
NIM. 2117041154
Fakultas : Ekonomi
Jurusan/Prodi. : Manajemen / S1 Manajemen

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan wawancara di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci
NIP. 196810291993032001



**Balai
Sertifikasi
Elektronik**

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BsrE
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan *qr code* yang telah tersedia

Lampiran 2. Data Penjualan *Sunscreen* Wardah di Toko *Queen Beauty* Singaraja

No	Merek <i>sunscreen</i>	Jumlah Item Terjual per Bulan (<i>PCS</i>)									Total
		Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	
1	Azarine	90	98	127	139	163	182	199	221	243	1462
2	YOU	100	103	112	111	122	120	125	130	133	1176
3	Wardah	125	106	97	96	89	84	80	79	52	808
4	Nivea	5	8	10	5	19	15	18	25	37	142

Sumber: Toko *Queen Beauty* Singaraja, 2024



Lampiran 3. Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Perihal : Kuesioner

Dengan Hormat,

Dengan tujuan sebagai syarat menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha program studi Manajemen, dengan ini saya Ni Komang Sueni bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang *Sunscreen Wardah* di Kota Singaraja”.

Dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk berkenan mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Data yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang bersedia berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Apakah anda pernah menggunakan produk *Sunscreen Wardah* dan sekarang berada di Singaraja?

☐ Iya ☐ Tidak

Jika anda menjawab IYA, silahkan melanjutkan mengisi kuesioner,

Singaraja, 04 Februari 2025

Peneliti

Ni Komang Sueni

Contact Person: 083839498568



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830

E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

A. Identitas Responden

Beri tanda centang (✓) pada kotak jawaban

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki ☐ Perempuan
5. Frekuensi Penggunaan Produk Maybelline dalam 12 bulan terakhir:
☐ 1-2 kali ☐ 3-5 kali ☐ > 5 kali

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan apa yang ada di lembar pertanyaan kuesioner dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawab yang tersedia.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|-----|
| SS | : Sangat Setuju | (5) |
| S | : Setuju | (4) |
| CS | : Cukup Setuju | (3) |
| TS | : Tidak Setuju | (2) |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | (1) |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Customer Experience

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Indra						
1	Produk <i>sunscreen</i> Wardah memiliki tekstur ringan, mudah menyerap dan terasa nyaman saat diaplikasikan pada kulit, sehingga saya berkeinginan untuk menggunakannya kembali					
Rasa						
2	Saya merasa puas dengan <i>sunscreen</i> Wardah karena membuat saya percaya diri saat beraktivitas di luar dengan paparan sinar UV, sehingga saya berkeinginan untuk tetap menggunakan produk ini.					
Pemikiran						
3	Saya berpikir <i>sunscreen</i> Wardah adalah pilihan yang bijak untuk kebutuhan perlindungan kulit saya, saya tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk					
Fisik						
4	Saya rutin menggunakan <i>sunscreen</i> Wardah dalam aktifitas sehari-hari, sehingga saya ingin membelinya lagi					
Hubungan						
5	Saya selalu berbagi pengalaman saya dan merekomendasikan <i>sunscreen</i> Wardah kepada teman atau keluarga					



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830

E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Brand Image

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Keuntungan Asosiasi Merek						
1	Kandungan di dalam <i>sunscreen</i> Wardah memberikan manfaat yang nyata dalam perlindungan kulit saya					
Kekuatan Asosiasi Merek						
2	Produk <i>sunscreen</i> wardah memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau					
Keunikan Asosiasi Merek						
3	Wardah sebagai merek yang telah ber sertifikasi halal MUI memberikan nilai tambah yang membedakannya dari produk <i>sunscreen</i> lain sehingga membuat saya lebih nyaman dan percaya saat menggunakannya.					



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830

E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

C. Draf Pertanyaan

Minat Beli Ulang

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
Minat Transaksional						
1	Saya berencana membeli kembali produk <i>sunscreen</i> Wardah dimasa mendatang					
Minat Eksploratif						
2	Saya mengikuti berbagai informasi terkait inovasi produk <i>sunscreen</i> Wardah					
Minat Prefensial						
3	<i>Sunscreen</i> Wardah merupakan produk yang selalu menjadi pilihan utama saya dibandingkan merek lain.					
Minat Referensial						
4	Saya merekomendasikan produk <i>sunscreen</i> Wardah kepada teman, saudara dan keluarga					

Lampiran 4. Data Responden

No. Resp	Alamat	Karakteristik Responden		
		U	P/L	Frekuensi Penggunaan
1	Banyuasri	20	P	1-2
2	Banyuning	17	P	1-2
3	Asrama putri, singaraja	21	P	3-5
4	Singaraja	21	P	3-5
5	Jalan kaliuntu, singaraja	21	P	3-5
6	Singaraja	21	P	>5
7	Tukad mungga	22	P	>5
8	Singaraja	21	P	>5
9	Jalan sudirman	22	P	>5
10	Kampung anyar	22	P	3-5
11	Kost teleng timur 20x	22	P	3-5
12	Banyuning	22	P	1-2
13	Sudirman	22	P	3-5
14	Jl. Sahadewa	21	P	>5
15	Beratan	22	P	>5
16	Jl. Gunung rinjani no.10	22	P	>5
17	Singaraja	20	P	>5
18	Pemaron singaraja	23	P	>5
19	Banyuasri	21	P	1-2
20	Singaraja	23	P	1-2
21	Jl Dewa Putu Kerta, singaraja	22	P	3-5
22	Sambangan, singaraja	21	P	1-2
23	Jln ayani	21	P	3-5
24	Jln abimanyu	22	P	3-5
25	Pemaron singaraja	21	P	3-5
26	Banyuasri, singaraja	22	P	1-2
27	Jinengdalem	22	P	3-5
28	Singaraja	22	P	3-5
29	Banyuning	22	P	>5
30	Baktiseraga	22	P	>5
31	Alas angker	22	P	1-2
32	Desa sarimekar	18	P	1-2
33	Kalibukbuk	22	P	>5
34	Kampung singaraja	18	P	>5
35	Jl. Jalak putih 1	21	P	1-2
36	Singaraja	18	P	3-5
37	Singaraja	21	P	3-5

No. Resp	Alamat	Karakteristik Responden		
		U	P/L	Frekuensi Penggunaan
38	Singaraja	22	P	3-5
39	Kampung jawa	22	P	1-2
40	Baktiseraga	22	P	1-2
41	Jl. Nusa indah, singaraja	21	P	>5
42	Desa pamaron, singaraja-bali	21	P	>5
43	Singaraja	22	P	1-2
44	Singaraja	21	P	1-2
45	Tukadmungga	22	P	3-5
46	Nagasepaha	28	P	1-2
47	Desa pamaron	21	P	1-2
48	Jalan bisma No 3XX, Singaraja	21	P	1-2
49	Singaraja	22	P	3-5
50	Desa kalibukbuk, Kec. Buleleng	22	P	3-5
51	Singaraja	21	P	3-5
52	Singaraja	21	P	>5
53	Kota singaraja	21	P	1-2
54	Jln. Gajah mada gang 2, singaraja	22	P	>5
55	Desa tukad mungga	21	P	>5
56	Singaraja	21	P	1-2
57	Desa sarimekar	22	P	3-5
58	Jl. Tasbib gang buntu no 3, singaraja	21	P	>5
59	Desa penglatan	22	P	1-2
60	Banjar jawa buleleng	21	P	1-2
61	Tukadmungga	22	P	1-2
62	Petandakan	22	P	1-2
63	Desa Poh bergong	21	P	3-5
64	Banyuning	21	P	3-5
65	Jl. Melati, no. 59, Singaraja	21	P	1-2
66	Kampung anyar	20	P	1-2
67	Desa nagasepaha	21	P	1-2
68	Singaraja	21	P	>5
69	Banyuning, singaraja	22	P	3-5
70	Br. Jawa singaraja	24	P	3-5
71	Singaraja	21	P	>5
72	Singaraja	22	P	>5
73	Jl menuh, singaraja	20	P	1-2
74	Desa banyuning	22	P	>5
75	Kampung baru	22	P	1-2

No. Resp	Alamat	Karakteristik Responden		
		U	P/L	Frekuensi Penggunaan
76	Kec buleleng	17	P	1-2
77	Sambangan	21	P	3-5
78	Desa nagasepaha	21	P	3-5
79	Banyuasri, singaraja	22	P	1-2
80	Penarukan	20	P	3-5
81	Jalan teleng timur	21	P	>5
82	Pemaron singaraja	21	P	3-5
83	Banyuning	21	P	3-5
84	Singaraja	21	P	1-2
85	Singaraja	21	P	1-2
86	Anturan	21	P	3-5
87	Banyuning	21	P	>5
88	Jalan Srikandi singaraja	21	P	1-2
89	Singaraja	17	L	3-5
90	Jalan sahadewa singaraja	20	P	3-5
91	Liligundi	21	P	1-2
92	Jinengdalem	23	L	>5
93	Singaraja	22	P	1-2
94	Singaraja	21	P	1-2
95	Singaraja	30	L	1-2
96	Kalibukbuk	21	P	>5
97	Banjar tegal	21	P	1-2
98	Sahadewa, singaraja	21	P	1-2
99	Jl sedap malam gg pakis no 20	18	L	1-2
100	Banyuasri	19	L	3-5
101	Jalan nusa indah, singaraja	22	P	>5
102	Kelurahan paket agung	22	P	>5
103	Jalan kresna	20	P	>5
104	Singaraja	18	L	3-5
105	Singaraj	20	L	1-2
106	Singaraja	21	L	>5
107	Jl. Padma	19	L	>5
108	Kecamatan singaraja, bali	22	P	3-5
109	Singaraja	21	P	1-2
110	Pemaron singaraja	22	P	3-5
111	Singaraja	21	P	>5
112	Banyuning	23	P	1-2
113	Penarukan	21	P	3-5

No. Resp	Alamat	Karakteristik Responden		
		U	P/L	Frekuensi Penggunaan
114	Pemaron singaraja	22	P	>5
115	Singaraja	19	P	>5
116	Jalan sudirman	23	L	1-2
117	Singaraja	11	P	1-2
118	Banyuning	23	L	>5
119	Singaraja	21	P	>5
120	Jln. Dewi kunti singaraja	22	P	3-5



Lampiran 5. Tabulasi Data

1. *Customer Experience*

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	5	5	3	4	2	20
2	4	5	4	4	3	20
3	4	5	5	4	4	22
4	4	5	4	4	3	20
5	4	3	5	4	4	20
6	4	4	3	4	4	19
7	5	4	3	3	4	19
8	4	4	4	5	4	21
9	4	4	4	5	3	20
10	4	5	5	4	5	23
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	3	19
13	5	5	5	5	4	24
14	1	2	2	2	2	9
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	4	4	22
17	4	5	4	5	4	22
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	3	3	4	18
20	5	4	5	4	5	23
21	4	4	4	4	3	19
22	5	4	3	4	5	21
23	3	3	4	3	5	18
24	5	4	4	5	4	22
25	4	5	4	4	5	22
26	5	4	4	4	3	20
27	4	5	5	4	5	23
28	5	5	5	5	5	25
29	3	5	4	5	4	21
30	3	3	4	2	2	14
31	5	4	5	5	5	24
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	4	5	4	23
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	4	5	3	22
36	5	4	4	5	4	22
37	4	3	5	4	4	20
38	3	4	4	4	4	19

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
39	4	3	4	3	5	19
40	4	4	5	4	4	21
41	5	4	4	5	3	21
42	4	4	4	3	2	17
43	4	5	5	5	5	24
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	4	16
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	20
49	5	4	4	4	4	21
50	3	4	4	5	5	21
51	5	5	4	5	3	22
52	5	5	4	5	4	23
53	5	5	4	4	5	23
54	5	4	4	5	5	23
55	4	2	2	4	3	15
56	3	4	5	3	3	18
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	5	5	5	24
59	4	3	4	4	3	18
60	5	5	5	4	5	24
61	3	4	3	2	2	14
62	5	4	4	4	4	21
63	5	4	5	4	4	22
64	5	5	4	5	5	24
65	3	2	3	3	3	14
66	5	5	5	4	5	24
67	1	2	1	1	2	7
68	5	5	5	5	5	25
69	5	4	5	5	3	22
70	4	5	5	5	5	24
71	4	3	2	3	4	16
72	5	5	5	5	5	25
73	3	3	3	3	3	15
74	4	3	5	5	5	22
75	4	4	3	2	3	16
76	4	3	3	3	3	16
77	5	4	4	4	2	19
78	5	5	4	5	4	23

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
79	4	4	5	5	4	22
80	1	4	4	3	5	17
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	4	5	3	3	2	17
85	4	4	3	3	3	17
86	1	2	2	3	4	12
87	5	4	5	4	5	23
88	4	4	5	5	5	23
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	3	4	3	18
92	5	5	5	5	5	25
93	4	3	3	3	4	17
94	4	3	4	4	3	18
95	4	4	4	4	4	20
96	5	5	5	5	5	25
97	5	4	3	5	4	21
98	3	4	3	3	3	16
99	4	3	3	1	4	15
100	5	5	5	5	5	25
101	5	5	5	5	4	24
102	4	4	4	4	4	20
103	5	3	3	4	2	17
104	5	5	4	5	5	24
105	5	5	5	4	5	24
106	5	5	5	5	4	24
107	1	1	1	1	1	5
108	3	3	3	2	2	13
109	4	3	3	3	4	17
110	2	1	2	2	2	9
111	5	5	5	5	5	25
112	4	4	5	3	3	19
113	4	4	5	4	4	21
114	5	5	5	5	5	25
115	5	4	5	4	5	23
116	3	3	4	4	3	17
117	5	5	4	4	3	21
118	4	4	3	3	5	19

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
119	5	5	5	4	5	24
120	5	5	4	4	4	22

2. Brand Image

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total
1	4	5	5	14
2	4	4	3	11
3	5	5	4	14
4	4	4	4	12
5	3	3	1	7
6	5	5	4	14
7	4	2	4	10
8	4	5	5	14
9	5	4	4	13
10	5	5	5	15
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	2	3	3	8
15	5	5	5	15
16	5	5	4	14
17	5	4	4	13
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	5	4	5	14
21	4	4	4	12
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	4	14
25	4	4	5	13
26	5	4	4	13
27	5	4	4	13
28	5	5	5	15
29	4	4	4	12
30	3	5	5	13
31	5	4	4	13
32	5	5	5	15
33	4	4	5	13
34	4	5	4	13
35	5	5	5	15

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total
36	5	5	4	14
37	4	5	4	13
38	3	4	4	11
39	4	4	4	12
40	4	4	4	12
41	4	5	5	14
42	2	5	5	12
43	4	4	5	13
44	3	3	3	9
45	5	5	4	14
46	3	3	3	9
47	4	4	5	13
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15
51	4	5	5	14
52	4	5	4	13
53	5	4	4	13
54	4	4	5	13
55	2	4	3	9
56	4	4	5	13
57	4	4	4	12
58	4	5	4	13
59	3	3	4	10
60	4	4	5	13
61	3	3	3	9
62	4	4	4	12
63	5	5	5	15
64	5	4	4	13
65	3	4	5	12
66	5	4	4	13
67	4	3	3	10
68	5	5	5	15
69	4	5	5	14
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	5	5	5	15
73	3	3	3	9
74	5	3	5	13
75	5	5	3	13

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total
76	3	3	3	9
77	4	5	4	13
78	5	4	4	13
79	5	5	5	15
80	3	4	3	10
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	3	3	3	9
85	3	3	3	9
86	3	1	5	9
87	4	4	5	13
88	5	5	4	14
89	5	5	5	15
90	4	5	4	13
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	3	1	4	8
94	4	4	5	13
95	4	4	4	12
96	5	5	5	15
97	3	3	3	9
98	3	3	3	9
99	3	3	3	9
100	5	5	5	15
101	4	5	4	13
102	4	4	4	12
103	4	3	4	11
104	5	5	5	15
105	5	5	5	15
106	5	5	5	15
107	4	4	4	12
108	3	1	2	6
109	3	5	3	11
110	2	5	2	9
111	5	5	5	15
112	5	5	3	13
113	4	5	5	14
114	5	5	5	15
115	5	4	4	13

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total
116	4	3	3	10
117	4	4	3	11
118	3	3	4	10
119	5	4	4	13
120	5	5	5	15

3. Minta Beli Ulang

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
1	4	4	5	2	15
2	4	3	4	4	15
3	3	4	4	4	15
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	3	15
6	5	2	4	4	15
7	4	4	4	3	15
8	5	3	5	4	17
9	4	3	5	3	15
10	4	5	4	4	17
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	3	15
13	5	5	5	4	19
14	2	2	2	2	8
15	5	3	5	5	18
16	5	5	5	4	19
17	4	5	4	4	17
18	4	4	4	4	16
19	5	3	3	5	16
20	4	4	5	5	18
21	4	4	3	4	15
22	5	3	5	4	17
23	4	2	5	5	16
24	5	4	5	5	19
25	5	5	4	4	18
26	5	4	3	3	15
27	5	4	4	4	17
28	5	5	4	5	19
29	4	4	4	5	17
30	4	2	2	4	12
31	5	4	5	5	19
32	5	5	4	5	19

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
33	3	4	3	5	15
34	4	4	4	4	16
35	5	4	3	5	17
36	5	3	4	4	16
37	4	5	3	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	5	4	4	17
40	4	4	4	4	16
41	5	4	4	3	16
42	3	3	3	3	12
43	4	4	4	5	17
44	3	3	3	3	12
45	4	4	4	4	16
46	3	3	3	3	12
47	4	3	4	5	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	3	4	5	17
51	5	4	4	4	17
52	4	4	5	4	17
53	4	4	4	5	17
54	4	4	4	5	17
55	2	3	2	2	9
56	3	3	3	5	14
57	4	4	4	4	16
58	5	4	4	4	17
59	3	4	4	4	15
60	5	5	4	5	19
61	3	3	3	3	12
62	4	4	4	4	16
63	5	4	4	5	18
64	5	4	5	5	19
65	3	2	2	3	10
66	4	4	5	4	17
67	3	3	3	4	13
68	5	4	5	5	19
69	5	3	5	4	17
70	3	5	5	4	17
71	4	4	4	5	17
72	5	5	5	4	19

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
73	3	3	3	3	12
74	4	3	4	3	14
75	3	5	4	2	14
76	3	3	3	3	12
77	5	4	5	2	16
78	4	5	5	3	17
79	5	4	5	4	18
80	4	3	3	3	13
81	4	5	5	5	19
82	5	5	3	5	18
83	5	4	4	5	18
84	2	2	3	4	11
85	3	3	4	4	14
86	4	3	1	3	11
87	5	4	4	4	17
88	5	4	5	4	18
89	4	5	5	5	19
90	4	4	4	4	16
91	4	3	4	4	15
92	4	5	4	4	17
93	3	3	3	4	13
94	5	4	4	3	16
95	4	4	4	4	16
96	5	5	4	4	18
97	3	3	3	4	13
98	3	4	4	4	15
99	3	3	3	3	12
100	5	4	5	5	19
101	4	5	4	4	17
102	4	4	4	4	16
103	3	2	4	3	12
104	4	5	5	5	19
105	5	4	5	5	19
106	5	5	4	5	19
107	3	4	4	4	15
108	3	3	2	2	10
109	4	4	3	3	14
110	2	3	2	1	8
111	5	5	4	5	19
112	4	2	3	5	14

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
113	5	4	4	4	17
114	4	5	5	5	19
115	5	4	5	5	19
116	4	3	3	3	13
117	4	3	4	4	15
118	4	2	4	4	14
119	4	4	5	3	16
120	5	4	4	4	17



Lampiran 6. Ketentuan nilai skor rata-rata dan kriteria masing-masing indikator variabel *customer experience*, *brand image* dan minat beli ulang.

Kriteria Skor Variabel Penelitian

Nilai Skor	Kriteria Variabel
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik / Sangat rendah
>1,80 – 2,60	Tidak baik / Rendah
>2,60 – 3,40	Cukup baik / Sedang
>3,40 – 4,20	Baik / Tinggi
>4,20 – 5,00	Sangat baik / Sangat tinggi

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{(1 \times f_1) + (2 \times f_2) + (3 \times f_3) + (4 \times f_4) + (5 \times f_5)}{\text{Total reponden}}$$

Keterangan:

f_1, f_2, f_3, f_4, f_5 = jumlah responden yang memilih skala 1, 2, 3, 4, dan 5.

Nilai Skor rata-rata dan kriteria masing-masing indikator variabel *customer experience*, *brand image* dan minat beli ulang.

1. Customer experiece

No	Indikator	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	Nilai Rata- Rata	Kriteria
1	Indra	3	3	13	48	53	4.21	Sangat baik
2	Rasa	2	6	18	54	40	4.03	Baik
3	Pemikiran	2	6	22	49	41	4.01	Baik
4	Fisik	3	7	22	43	45	4.00	Baik
5	Hubungan	2	9	28	47	34	3.85	Baik

2. Brand image

No	Indikator	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	Nilai Rata- Rata	Kriteria
1	Keuntungan asosiasi merek	0	5	19	57	39	4.08	Baik
2	Kekuatan asosiasi merek	1	2	19	48	50	4.20	Baik
3	Keunikan asosiasi merek	0	3	20	55	42	4.13	Baik

3. Minat beli ulang

No	Indikator	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	Nilai Rata- Rata	Kriteria
1	Minat transaksional	0	5	18	51	46	4.15	Baik
2	Minat eksploratif	1	11	29	49	30	3.80	Baik
3	Minat preferensial	4	3	26	55	32	3.90	Baik
4	Minat referensial	2	7	21	55	35	3.95	Baik

Lampiran 7. Hasil Uji SPSS

1. Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.657**	.659**	.555**	.530**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.657**	1	.635**	.769**	.602**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.659**	.635**	1	.641**	.471**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.555**	.769**	.641**	1	.609**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.530**	.602**	.471**	.609**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.009	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TX1	Pearson Correlation	.815**	.880**	.805**	.864**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.530**	.672**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.530**	1	.668**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.672**	.668**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TX2	Pearson Correlation	.862**	.832**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
Y.1	Pearson Correlation	1	.530**	.715**	.619**	.659**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.530**	1	.754**	.742**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.715**	.754**	1	.737**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.619**	.742**	.737**	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TY	Pearson Correlation	.659**	.692**	.707**	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Customer Experience

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.885	5

b. Brand Image

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.830	3

c. Minat Beli Ulang

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.885	4

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28085518
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.047
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Customer experience	.535	1.869
	Brand image	.535	1.869

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

5. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Customer experience	Brand image	Unstandardi zed Residual
Spearman's rho	Customer experience	Correlation Coefficient	1.000	.732**	.172
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.060
		N	120	120	120
	Brand image	Correlation Coefficient	.732**	1.000	.025
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.784
		N	120	120	120
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.172	.025	1.000
		Sig. (2-tailed)	.060	.784	.
		N	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Uji Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	588.107	2	294.053	176.224	.000 ^b
	Residual	195.230	117	1.669		
	Total	783.337	119			

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

b. Predictors: (Constant), Brand image, Customer experience

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.095	.698		4.433	.000
	Customer experience	.293	.039	.476	7.543	.000
	Brand image	.548	.074	.469	7.433	.000

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.751	.747	1.292

a. Predictors: (Constant), Brand image, Customer experience



Lampiran 8. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Ni Komang Sueni lahir di Tampaksiring pada tanggal 22 Januari 2003. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak I Ketut Suatra dan Ibu Ni Ketut Murni. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jalan Dwarawati No.2 Br. Kawan, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 3 Tampaksiring dan lulus pada tahun 2015. kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Tampaksiring dan lulus pada tahun 2018. kemudian melanjutkan di SMA Negeri 1 Tampaksiring mengambil jurusan IPA lulus tahun 2021 dan melanjutkan di Universitas Pendidikan Ganesha dengan mengambil Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen. Pada semester akhir tahun 2025 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang *Sunscreen* Wardah di Kota Singaraja”. Selanjutnya, mulai tahun 2025 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.