

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 <i>Brand Experience</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Brand Experience</i>	13
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Experience</i>	14
2.2.3 Dimensi <i>Brand Experience</i>	14
2.2.4 Manfaat <i>Brand Experience</i>	15
2.3 Customer Satisfaction	16
2.3.1 Faktor Pendukung <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.2 Cara Meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.3 Pengukuran tingkat <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.4 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.5 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.4 <i>Repurchase Intention</i>	20

2.4.1 <i>Faktor Pendukung Repurchase Intention</i>	22
2.4.2 <i>Indikator Repurchase Intention</i>	23
2.5 Skincare dan Makeup	23
2.5.1 Produk Perawatan Kecantikan (skincare)	24
2.5.2 Rias Wajah (makeup)	25
2.6 Kerangka Pemikiran	26
2.7 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Variabel dan Pengukuran	28
3.3 Instrumen Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.5 Metode Pengambilan Data	37
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.7 Pengujian Alat Ukur	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	40
3.8.2 Uji Korelasi Pearson	41
3.8.3 Uji Determinasi	43
3.9 Pengujian Alat Ukur	43
3.9.1 Uji validitas	43
3.9.1.1 Hasil Uji Validitas	43
3.9.2 Uji Reliabilitas	48
3.9.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.3 Total Populasi dan Sampel	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Perusahaan	52
4.2 Analisis Karakteristik Responden	54

4.2.1	Pertanyaan Saringan	54
4.2.2	Pertanyaan Demografis	55
4.3	Respon responden terhadap pengaruh <i>brand experience</i> dan <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>repurchase intention</i> pada Somethinc <i>Skincare & Makeup</i> (Hasil Analisis Data)	59
4.3.1	Uji Statistik Deskriptif	59
4.3.2	Uji Korelasi	60
4.3.3	Uji Determinasi	70
4.4	Pembahasan Hipotesis	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		82

