



**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION SKINCARE
SKINTIFIC DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI

RATU RANIA DARAMATASYA

2210111265

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2025



PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC* DI *E-COMMERCE SHOPEE*

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

RATU RANIA DARAMATASYA

2210111265

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah bukti hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ratu Rania Daramatasya

Nim : 2210111265

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 02 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Ratu Rania Daramatasya

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratu Rania Daramatasya
NIM : 2210111265
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Customer Experience, Customer satisfaction, dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Skincare Skintific di E-Commerce Shopee

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Desember 2025

Yang menyatakan,



Ratu Rania Daramatasya

SKRIPSI

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION, DAN BRAND IMAGE TERHADAP REPURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC DI E-COMMERCE SHOPEE

Dipersiapkan dan disusun oleh :

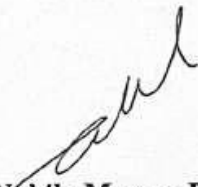
RATU RANIA DARAMATASYA

2210111265

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 10 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM
Ketua Penguji



Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc
Penguji I



Risty Rahma Dafina, SE., MM
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 10 Desember 2025



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450 Telp. 7592856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskorn@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Hari ini Rabu, tanggal 10 Desember 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Ratu Rania Daramatasya**

No Pokok Mahasiswa : **2210111265**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Customer experience, customer satifaction, dan brand terhadap repurchase intention skincare skintific di e commerce shopee

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~*Tidak Lulus*~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.	Anggota I	2.
3	Risty Rahma Dafina, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 10 Desember 2025

Mengesahkan

A n DEKAN

Kapriku, Manajemen S.1

Sui Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini telah diselesaikan dengan judul **“Pengaruh *Customer experience*, *Customer satisfaction*, dan *Brand image* Terhadap *Repurchase intention Skincare Skintific* di *E-Commerce Shopee*”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta bantuan, baik secara materi maupun spiritual, dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam proses penelitian. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE., M.M., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Risty Rahma Dafina, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau untuk memberikan arahan, kritik, dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan penelitian ini, semoga kebaikan hati yang diberikan menjadi keberkahan yang tak terhingga.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Kepada Papah, Mamah yang senantiasa telah memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis. Terima kasih atas pengorbanan, keikhlasan, serta kepercayaan yang tidak pernah berhenti diberikan. Setiap langkah yang penulis tempuh hingga sampai pada tahap ini tidak terlepas dari bimbingan, kasih sayang, dan keteguhan hati kedua orang tua. Pencapaian ini turut menjadi wujud dari doa dan perjuangan yang kalian tanamkan sejak awal.
7. Kepada sepupu tersayang Alya, Alma, Icha, dan Siren. Terima kasih atas perhatian, candaan, dan dukungan tulus kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi penyemangat di tengah proses yang melelahkan dan memberi ruang bagi penulis untuk tetap merasa ringan dan kuat dalam menjalani setiap tahap.
8. Fatra Laksama Farhan Terimakasih atas dukungan secara mental dan emosional kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah

ini hingga akhir. Penulis sangat menghargai setiap semangat, waktu, dan kepedulian yang telah diberikan selama perjalanan ini.

9. Kepada Umi, Titan, Cindy. Terima kasih atas dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang terus kalian berikan hingga saat ini. Kehadiran kalian menjadi bagian penting yang membantu penulis tetap kuat menjalani berbagai proses. Penulis sangat menghargai setiap semangat, waktu, dan kepedulian yang telah kalian berikan selama perjalanan ini.
10. Kepada Giva, Stefany, Ciara, Cinta, Naya, Vanka, Sandy, Tala, Pram. Terima kasih atas kerja sama, diskusi, dan kebersamaan yang telah kita jalani selama masa perkuliahan. Dukungan dan saling membantu dari kalian membuat proses akademik ini menjadi lebih mudah dijalani dan lebih berarti bagi penulis. Setiap bantuan dan waktu yang kalian berikan sangat penulis hargai hingga karya ini dapat terselesaikan.

Jakarta, 10 Desember 2025

Ratu Rania Daramatasya

DAFTAR ISI

HALAMAN SANPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1 Latar Belakang.....	1
10.2 Rumusan Masalah.....	8
10.3 Tujuan Penelitian.....	8
10.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 <i>Repurchase intention</i>	11
2.1.4 <i>Customer experience</i>	13
2.1.5 <i>Customer satisfaction</i>	14
2.1.6 <i>Brand image</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1 Bentuk Narasi.....	17
2.2.2 Bentuk Tabel Matriks.....	22
2.3 Model Penelitian.....	25
2.3.1 Pengaruh <i>Customer experience</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	25
2.3.2 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	25
2.3.3 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	25
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.1.1 Definisi Operasional.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.3.3 Pengumpulan Data.....	30
3.4 Teknik Analisis Data.....	31

3.4.1	Analisis Deskriptif.....	31
3.4.2	Analisis Inferensial.....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	42
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	43
4.2.1	Analisis Data Deskriptif.....	43
4.2.2	Analisis Data Inferensial.....	49
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	49
4.3.1	Uji Hipotesis.....	57
4.4	Pembahasan.....	57
4.4.1	Pengaruh <i>Customer experience</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	57
4.4.2	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	58
4.4.3	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	59
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA.....	65
	RIWAYAT HIDUP.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matriks Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 2	Pengukuran Variabel	28
Tabel 3	Skala Likert.....	30
Tabel 4	Kisi-Kisi Instrumen	31
Tabel 5	Interpretasi Nilai Indeks	33
Tabel 6	Karakteristik Responden.....	43
Tabel 7	Hasil Indeks Jawaban Responden terhadap Repurchase intention	45
Tabel 8	Hasil Indeks Jawaban Responden terhadap Customer Experience	46
Tabel 9	Hasil Indeks Jawaban Responden terhadap Customer satisfaction	47
Tabel 10	Hasil Indeks Jawaban Responden terhadap Brand image	48
Tabel 11	Angka Outer Loading	50
Tabel 12	Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	52
Tabel 13	Angka Cross Loading	52
Tabel 14	Hasil Uji HTMT	53
Tabel 15	Hasil Uji Cronbach Alpha dan Uji Composite Reability.....	54
Tabel 16	Hasil Uji R Square.....	55
Tabel 17	Hasil Uji Q Predict.....	56
Tabel 18	Hasil Uji Bootstrapping	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data E-Commerce 2025.....	1
Gambar 2	Data Penjualan E-Commerce.....	2
Gambar 3	Data 5 Skincare E-Commerce Shopee Tahun 2025.....	3
Gambar 4	Review Skincare Skintific di Shopee.....	4
Gambar 5	Model Penelitian.....	26
Gambar 6	Langkah-langkah PLS.....	34
Gambar 7	Inner Model.....	35
Gambar 8	Outer Model.....	35
Gambar 9	Kontruksi Diagram Jalur.....	37
Gambar 10	Logo Skintific	42
Gambar 11	Produk Skincare Skintific	43
Gambar 12	Hasil Uji Outer Model	50
Gambar 13	Hasil Uji Inner Model.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup.....	71
Lampiran 2	Pernyataan.....	72