

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Kepada Yth Bapak/Ibu, Saudara/I

Perkenalkan nama saya Tarisa Indira Mazaya mahasiswi program studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Promotion* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk *Skincare Somethinc* di Wilayah Jabodetabek” sebagai syarat kelulusan tugas akhir atau skripsi saya. Oleh karena itu, saya memohon kesediannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman masing-masing. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan terima kasih.

Pengisian kuesioner ini membutuhkan waktu kurang lebih 5-10 menit. Diharapkan Bapak/Ibu,Saudara/I membaca petunjuk dari setiap bagian dan pernyataan secara lengkap dalam mengisi kuesioner ini. Data dan jawaban tidak akan dipublikasikan/disebarluaskan. Data hanya digunakan untuk kepentingan penelitian skripsi ini.

Apabila terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, silahkan menghubungi saya melalui kontak berikut:

Email: tarisaindr17@gmail.com

Terima kasih atas perhatiannya,

Salam hangat,

Tarisa Indira Mazaya

Syarat Responden

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I pernah menggunakan dan melakukan pembelian ulang produk *skincare Somethinc* dalam periode waktu (Januari 2022 – Desember 2022)?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah (berhenti di sini, terima kasih)

2. Domisili
 - a. Jabodetabek
 - b. Non Jabodetabek (berhenti di sini, terima kasih)

Profil Responden

1. Nama :

2. Alamat email :

3. Usia :
 - a. 13 – 23 tahun
 - b. 24 – 34 tahun
 - c. 35 – 45 tahun
 - d. > 45 tahun

4. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki – laki

5. Pekerjaan :
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Karyawan
 - d. Wirausaha
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya

Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih.
2. Anda diminta untuk memilih satu jawaban dari setiap pernyataan yang tersedia berdasarkan pengalaman, penilaian dan keadaan sebenarnya.

3. Keterangan pilihan jawaban:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

PERNYATAAN

1. PROMOTION

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Frekuensi Promosi						
1	<i>Somethinc</i> sering memberikan promosi terhadap produk <i>skincare</i> yang dijualnya.					
2	Saya sering melihat promosi <i>skincare Somethinc</i> di sosial media.					
Kualitas Promosi						
3	Promosi dan iklan yang ditawarkan <i>Somethinc</i> berkualitas.					
4	Saya tertarik setelah melihat promosi yang ditawarkan <i>Somethinc</i> .					
Kuantitas Promosi						
5	Promosi yang diadakan <i>Somethinc</i> membuat saya mendapatkan jumlah produk yang banyak.					

6	Promosi yang diberikan <i>Somethinc</i> membuat saya mendapatkan harga yang jauh lebih murah.					
Waktu Promosi						
7	<i>Somethinc</i> memilih waktu yang tepat saat memberikan promosi.					
8	Adanya promosi yang diadakan <i>Somethinc</i> pada hari-hari tertentu.					
Ketepatan atau Kesesuaian Sasaran Promosi						
9	Promosi yang ditawarkan <i>Somethinc</i> membuat saya tertarik untuk segera membeli produk <i>skincare</i> -nya.					
10	Promosi yang diadakan <i>Somethinc</i> membantu saya dalam mencari produk <i>skincare</i> yang dibutuhkan.					

2. CUSTOMER EXPERIENCE

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pengalaman Terhadap Produk						
1	Saya merasa senang berbelanja produk <i>skincare</i> di <i>Somethinc</i> karena menawarkan produk yang berkualitas.					
2	Saya percaya bahwa <i>Somethinc</i> membuat produk <i>skincare</i> -nya menggunakan kandungan yang terbaik dan dibuat oleh ahlinya.					
3	Saya tertarik pada produk <i>skincare</i> <i>Somethinc</i> karena menawarkan produk yang lengkap dan pilihan yang beragam.					
4	Produk <i>skincare</i> <i>Somethinc</i> mudah dikenali.					
Pengalaman Terhadap Prosedur Layanan						

5	<i>Somethinc</i> memberikan saya kemudahan dalam berbelanja dan bertransaksi.					
6	<i>Somethinc</i> memudahkan saya dalam berkonsultasi mengenai produk-produk <i>skincare</i> yang ditawarkan.					

3. REPURCHASE INTENTION

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Psikologis						
1	Penggunaan produk <i>skincare Somethinc</i> memiliki hasil yang baik di kulit saya.					
2	Jika dapat, saya mau melanjutkan pembelian produk <i>skincare Somethinc</i> sebanyak yang saya bisa.					
3	Saya menggunakan produk <i>skincare Somethinc</i> karena mendapatkan pelayanan yang baik.					
4	Saya membeli produk <i>skincare Somethinc</i> karena mudah didapat.					
Faktor Pribadi						
5	Produk <i>skincare Somethinc</i> sesuai dengan kebutuhan kulit saya.					
6	<i>Packaging</i> produk <i>skincare Somethinc</i> sesuai dengan kepribadian saya.					
Faktor Sosial						
7	Saya akan merekomendasikan produk <i>skincare Somethinc</i> kepada teman/keluarga saya.					
8	Jika teman/keluarga saya mengalami kesulitan dalam memilih <i>produk skincare</i> , saya mudah menyebutkan <i>Somethinc</i> sebagai solusi bagi mereka.					

9	Saya membeli <i>produk skincare Somethinc</i> karena pengaruh dari <i>influencer</i> yang saya sukai.					
---	---	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 2

DATA KUESIONER VARIABEL *PROMOTION* (X1)

NO	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
3	4	4	3	2	2	3	3	4	2	4
4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
5	4	5	3	2	3	4	4	3	3	3
6	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5
7	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2
8	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
10	3	3	5	4	3	3	3	4	3	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3
13	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
14	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4
15	5	5	4	4	5	4	2	4	2	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
18	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3
21	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
22	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5
23	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
25	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
26	4	4	3	4	2	4	2	3	4	5
27	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
29	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
30	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
31	3	5	5	5	3	4	5	4	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	2	3	4	3	4	4	5	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	4	2	2	2	4	4	1	4

NO	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10
39	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
40	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4
43	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
44	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
45	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4
46	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4
47	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
49	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5
50	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
52	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2
53	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
54	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
55	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
56	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
57	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5
58	3	4	4	5	2	4	3	4	4	4
59	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
60	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
61	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4
62	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	3	2	3	3	2	4	4
65	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	3	2	3	1	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	3	4	4	5	4	4	5	4	2
72	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
75	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4
76	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
77	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
78	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3
79	4	5	3	5	5	5	5	4	3	3
80	2	2	4	3	4	4	4	5	4	4
81	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3
82	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5
85	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4

NO	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10
86	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
87	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2
88	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5
89	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
90	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5
91	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4
94	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4
95	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
96	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5
97	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
98	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
99	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2
100	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
101	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
102	4	5	3	4	3	3	4	4	3	3
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5
105	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
108	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4
109	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
110	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
114	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
115	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
116	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
117	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
118	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
119	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3
120	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3
121	5	5	4	4	3	4	5	5	2	3
122	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
123	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4
124	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5
125	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5
126	4	3	4	3	3	4	3	5	3	4
127	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
128	5	4	4	3	3	5	4	4	4	5
129	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
130	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
131	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4

LAMPIRAN 3

DATA KUESIONER VARIABEL *CUSTOMER EXPERIENCE* (X2)

NO	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	5	5	5	4	3
3	2	2	4	5	3	4
4	4	4	4	5	4	4
5	3	3	4	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5
7	5	3	4	5	5	2
8	4	4	4	5	4	3
9	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	5	3	4
13	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5
17	5	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4
21	3	2	4	4	3	4
22	5	4	5	5	4	3
23	4	5	4	5	5	4
24	2	3	3	4	4	3
25	5	4	5	5	5	5
26	4	4	5	5	3	3
27	3	4	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5
30	4	4	5	4	4	4
31	5	5	5	5	5	5
32	4	5	5	4	4	5
33	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5
36	4	5	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	3
38	4	5	5	5	4	3
39	3	3	4	4	4	3
40	5	5	5	5	4	4
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	4	5	4
43	5	5	5	5	5	5

NO	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
44	5	4	5	4	5	4
45	4	4	5	5	4	4
46	4	4	5	4	4	5
47	4	5	5	5	4	4
48	4	3	4	4	4	3
49	4	4	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4
51	4	3	5	5	4	4
52	3	4	3	4	4	4
53	5	4	4	5	4	5
54	5	5	5	4	4	5
55	5	4	4	5	4	4
56	5	5	5	4	5	4
57	4	3	4	5	5	4
58	5	4	5	4	3	3
59	5	5	5	5	5	5
60	5	4	4	2	3	2
61	4	5	5	5	5	2
62	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4
64	3	3	4	4	5	3
65	5	5	5	5	4	5
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	4	4	3
70	3	3	3	3	3	3
71	3	5	5	5	4	5
72	5	5	5	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	4	5	4
75	5	5	5	5	5	4
76	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5
78	3	4	3	3	3	3
79	3	3	4	5	4	3
80	3	3	4	4	5	3
81	4	4	5	5	4	4
82	5	5	5	4	5	4
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	5	5	4
85	4	3	4	4	4	3
86	4	3	3	3	4	4
87	4	4	4	2	2	2
88	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	3	5	5
90	4	4	4	4	4	5

NO	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
91	5	5	5	5	4	4
92	4	4	4	5	4	5
93	5	4	4	4	4	3
94	4	4	4	5	4	5
95	4	4	5	5	4	4
96	5	5	5	5	5	5
97	4	5	5	5	5	3
98	5	4	5	5	4	4
99	3	3	3	3	3	3
100	3	3	3	3	3	3
101	5	5	5	5	4	4
102	4	4	3	4	3	4
103	5	5	5	5	5	5
104	5	4	5	4	4	4
105	5	5	4	5	5	4
106	4	4	4	4	4	4
107	4	4	5	5	5	4
108	4	4	4	4	4	4
109	4	4	5	5	4	3
110	5	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5
113	5	4	5	5	4	4
114	5	4	4	4	5	5
115	4	4	4	4	5	5
116	4	5	5	5	5	5
117	4	4	5	5	4	4
118	5	4	5	5	5	4
119	5	5	4	5	5	5
120	5	5	4	5	5	5
121	4	5	5	5	4	3
122	5	4	5	4	4	4
123	4	4	4	4	3	3
124	4	4	4	5	5	5
125	5	5	4	4	5	5
126	4	4	4	5	4	4
127	4	4	4	4	4	3
128	4	4	5	5	4	4
129	4	5	5	5	5	5
130	4	4	5	5	3	3
131	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 4

DATA KUESIONER VARIABEL *REPURCHASE INTENTION* (Y)

NO	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	5	5	5	4	4	4
3	2	2	3	4	3	2	3	4	2
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
5	2	2	3	4	3	2	4	3	1
6	4	4	4	4	5	5	5	4	3
7	4	4	4	5	5	3	4	4	2
8	4	4	3	4	4	3	3	3	3
9	4	5	4	5	5	5	5	5	3
10	4	4	3	3	4	4	4	4	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	3	4	4	4	5	3	5
13	4	4	4	4	5	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	4	4	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	3	4	4	3
18	3	3	4	5	3	4	3	3	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	3	4	3	4	4	4	5
21	3	2	3	3	3	2	3	3	3
22	4	5	4	5	5	3	4	4	3
23	4	3	4	5	3	4	4	4	5
24	1	1	2	4	1	3	1	1	4
25	4	5	3	5	5	5	4	4	2
26	4	4	4	5	4	3	4	4	3
27	3	3	3	4	3	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	4	5	5	5
30	4	3	3	3	3	3	4	3	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	5	4	4	5	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	3	3	4	5	4	4	4	4	2
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	2	5	4	4	5	5	2

NO	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9
39	3	3	4	3	3	4	3	3	4
40	4	5	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	4	5	5	5	5	5	3
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	4	5	4	5	4	4	5	4
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4
46	4	3	5	4	4	3	4	4	5
47	3	3	4	4	3	5	4	4	4
48	4	4	3	4	4	3	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	2
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	4	5	4	4
52	2	2	3	3	1	4	3	2	4
53	4	4	4	5	4	5	5	3	2
54	5	4	5	4	4	4	5	5	3
55	5	4	4	4	4	4	5	4	5
56	4	4	5	5	4	4	5	5	5
57	5	4	4	4	4	5	5	4	4
58	4	4	4	5	4	4	5	4	2
59	5	5	5	5	5	5	4	4	5
60	5	3	3	4	4	3	3	3	4
61	4	5	4	4	5	5	5	5	4
62	5	5	5	5	5	5	5	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	4	4	4	4	3	3	4
65	5	5	5	5	5	4	5	5	5
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	3	4	3	4	3	4	4	4
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	5	5	5	3	4	4	5	5	2
72	5	5	5	5	3	3	4	3	3
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	3	5	5	2
75	5	5	5	4	5	5	5	4	3
76	3	5	5	5	5	4	5	5	3
77	4	5	5	4	5	4	5	4	3
78	3	4	4	4	3	3	4	3	3
79	3	4	3	5	1	2	5	3	3
80	4	4	4	4	5	4	3	5	5
81	3	3	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	5	5	4	4	5	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	3
84	4	4	5	5	4	5	4	4	5
85	3	3	3	4	3	3	4	3	5

NO	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9
86	3	4	3	3	3	5	3	4	4
87	4	2	4	4	4	2	2	2	2
88	3	3	4	5	3	5	3	3	5
89	3	4	4	4	4	5	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	5	5	4	5	4	4	2
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	3	4	3	3	4	4	4	4	4
94	4	5	4	5	4	3	4	4	5
95	4	3	4	5	4	4	3	4	4
96	5	3	3	5	5	5	5	5	5
97	4	5	5	5	4	5	4	3	3
98	5	4	5	5	5	5	4	4	5
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	3	3	3	3	3	3	5	5	3
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	2	2	4	3	3	5	4	2	3
103	5	4	5	5	4	5	4	5	5
104	5	5	3	4	4	5	4	4	5
105	5	5	4	5	5	4	5	4	3
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	3	3	3	3	3	4	4	3	3
108	4	5	4	4	4	3	5	4	4
109	3	3	4	4	3	4	4	4	3
110	4	5	4	4	4	4	5	4	4
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	5	5	5	4	4	4	4	4
114	5	5	5	5	4	5	5	4	4
115	5	5	5	5	5	5	4	5	4
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	4	4	5	5	4
118	5	5	4	4	4	4	5	4	4
119	5	4	4	5	4	4	4	4	4
120	5	4	4	5	4	4	4	4	4
121	4	3	4	4	4	5	3	4	4
122	4	4	5	5	4	4	4	4	4
123	3	3	3	3	4	3	3	4	3
124	3	3	3	4	4	4	4	4	4
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	3	4	4	5	4	4	3	4	4
127	3	3	3	4	3	3	3	4	4
128	5	5	3	2	5	4	4	5	4
129	4	4	4	5	5	5	4	5	5
130	4	4	3	5	4	3	3	5	4
131	4	4	4	4	4	3	4	4	4

X1_6	Pearson Correlation	.199	.119	.198	.315	.584**	1	.417*	.513**	.365*	.299	.592**
	Sig. (2-tailed)	.292	.531	.295	.090	.001		.022	.004	.047	.108	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_7	Pearson Correlation	.464**	.321	.456*	.427*	.506**	.417*	1	.624**	.676**	.249	.762**
	Sig. (2-tailed)	.010	.083	.011	.019	.004	.022		.000	.000	.185	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_8	Pearson Correlation	.431*	.174	.539**	.465**	.484**	.513**	.624**	1	.515**	.442*	.757**
	Sig. (2-tailed)	.017	.357	.002	.010	.007	.004	.000		.004	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_9	Pearson Correlation	.371*	.346	.417*	.652**	.402*	.365*	.676**	.515**	1	.580**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.043	.061	.022	.000	.028	.047	.000	.004		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_10	Pearson Correlation	.456*	.294	.144	.353	.275	.299	.249	.442*	.580**	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.011	.115	.447	.056	.141	.108	.185	.014	.001		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.682**	.558**	.653**	.717**	.762**	.592**	.762**	.757**	.792**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	10

LAMPIRAN 6

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS *CUSTOMER*

EXPERIENCE (X2)

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.687**	.676**	.364*	.595**	.285	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.048	.001	.126	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.687**	1	.525**	.229	.514**	.404*	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.223	.004	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.676**	.525**	1	.620**	.428*	.452*	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.018	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.364*	.229	.620**	1	.442*	.198	.597**
	Sig. (2-tailed)	.048	.223	.000		.014	.293	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_5	Pearson Correlation	.595**	.514**	.428*	.442*	1	.427*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.018	.014		.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_6	Pearson Correlation	.285	.404*	.452*	.198	.427*	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.126	.027	.012	.293	.019		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.086	.013	.004		.009	.020	.113	.025	.560	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_5	Pearson Correlation	.748**	.840**	.610**	.469**	1	.561**	.759**	.703**	-.026	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009		.001	.000	.000	.890	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_6	Pearson Correlation	.607**	.679**	.445*	.424*	.561**	1	.573**	.532**	.490**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.020	.001		.001	.002	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_7	Pearson Correlation	.790**	.792**	.664**	.295	.759**	.573**	1	.783**	.241	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.113	.000	.001		.000	.199	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_8	Pearson Correlation	.746**	.722**	.775**	.409*	.703**	.532**	.783**	1	.232	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.025	.000	.002	.000		.218	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_9	Pearson Correlation	.475**	.300	.363*	.111	-.026	.490**	.241	.232	1	.446*
	Sig. (2-tailed)	.008	.107	.049	.560	.890	.006	.199	.218		.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.887**	.903**	.787**	.552**	.823**	.776**	.854**	.866**	.446*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.014	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	9

LAMPIRAN 8

HASIL OUTPUT ANALISIS DESKRIPTIF STATISTIK

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	23	17.6	17.6	17.6
	Perempuan	108	82.4	82.4	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 45 Tahun	3	2.3	2.3	2.3
	13 - 23 Tahun	92	70.2	70.2	72.5
	24 - 34 Tahun	33	25.2	25.2	97.7
	35 - 45 Tahun	3	2.3	2.3	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	5	3.8	3.8	3.8
	Karyawan	41	31.3	31.3	35.1
	Lainnya	10	7.6	7.6	42.7
	Mahasiswa	58	44.3	44.3	87.0
	Pelajar	12	9.2	9.2	96.2
	Wirausaha	5	3.8	3.8	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

***Somethinc* sering memberikan promosi terhadap produk *skincare* yang dijualnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	13	9.9	9.9	10.7
	4	65	49.6	49.6	60.3
	5	52	39.7	39.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya sering melihat promosi *skincare Somethinc* di sosial media

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	8	6.1	6.1	7.6
	4	58	44.3	44.3	51.9
	5	63	48.1	48.1	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Promosi dan iklan yang ditawarkan *Somethinc* berkualitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	14.5	14.5	14.5
	4	57	43.5	43.5	58.0
	5	55	42.0	42.0	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya tertarik setelah melihat promosi yang ditawarkan *Somethinc*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3
	3	20	15.3	15.3	17.6
	4	63	48.1	48.1	65.6
	5	45	34.4	34.4	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Promosi yang diadakan *Somethinc* membuat saya
mendapatkan jumlah produk yang banyak**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	4.6	4.6	4.6
	3	34	26.0	26.0	30.5
	4	53	40.5	40.5	71.0
	5	38	29.0	29.0	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Promosi yang diberikan *Somethinc* membuat saya
mendapatkan harga yang jauh lebih murah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3
	3	32	24.4	24.4	26.7
	4	58	44.3	44.3	71.0
	5	38	29.0	29.0	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

***Somethinc* memilih waktu yang tepat saat memberikan
promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	32	24.4	24.4	26.0
	4	59	45.0	45.0	71.0
	5	38	29.0	29.0	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Adanya promosi yang diadakan *Somethinc* pada hari-hari
tertentu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	2	1.5	1.5	2.3
	3	25	19.1	19.1	21.4

	4	68	51.9	51.9	73.3
	5	35	26.7	26.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Promosi yang ditawarkan *Somethinc* membuat saya tertarik untuk segera membeli produk *skincare*-nya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	5	3.8	3.8	4.6
	3	22	16.8	16.8	21.4
	4	68	51.9	51.9	73.3
	5	35	26.7	26.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Promosi yang diadakan *Somethinc* membantu saya dalam mencari produk *skincare* yang dibutuhkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.8	3.8	3.8
	3	16	12.2	12.2	16.0
	4	63	48.1	48.1	64.1
	5	47	35.9	35.9	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya merasa senang berbelanja produk *skincare* di *Somethinc* karena menawarkan produk yang berkualitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	14	10.7	10.7	12.2
	4	64	48.9	48.9	61.1
	5	51	38.9	38.9	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya percaya bahwa *Somethinc* membuat produk *skincare*-nya menggunakan kandungan yang terbaik dan dibuat oleh ahlinya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	16	12.2	12.2	13.7
	4	67	51.1	51.1	64.9
	5	46	35.1	35.1	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya tertarik pada produk *skincare Somethinc* karena menawarkan produk yang lengkap dan pilihan yang beragam

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	7.6	7.6	7.6
	4	59	45.0	45.0	52.7
	5	62	47.3	47.3	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Produk *skincare Somethinc* mudah dikenali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	7	5.3	5.3	6.9
	4	54	41.2	41.2	48.1
	5	68	51.9	51.9	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

***Somethinc* memberikan saya kemudahan dalam berbelanja dan bertransaksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	14	10.7	10.7	11.5
	4	68	51.9	51.9	63.4
	5	48	36.6	36.6	100.0

Total	131	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

***Somethinc* memudahkan saya dalam berkonsultasi mengenai produk-produk *skincare* yang ditawarkan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3.1	3.1	3.1
	3	28	21.4	21.4	24.4
	4	60	45.8	45.8	70.2
	5	39	29.8	29.8	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Penggunaan produk *skincare Somethinc* memiliki hasil yang baik di kulit saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	4	3.1	3.1	3.8
	3	26	19.8	19.8	23.7
	4	60	45.8	45.8	69.5
	5	40	30.5	30.5	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Jika dapat, saya mau melanjutkan pembelian produk *skincare Somethinc* sebanyak yang saya bisa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	6	4.6	4.6	5.3
	3	25	19.1	19.1	24.4
	4	55	42.0	42.0	66.4
	5	44	33.6	33.6	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya menggunakan produk *skincare Somethinc* karena mendapatkan pelayanan yang baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	29	22.1	22.1	23.7
	4	61	46.6	46.6	70.2
	5	39	29.8	29.8	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Saya membeli produk *skincare Somethinc* karena mudah didapat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	15	11.5	11.5	12.2
	4	58	44.3	44.3	56.5
	5	57	43.5	43.5	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Produk *skincare Somethinc* sesuai dengan kebutuhan kulit saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	3	23	17.6	17.6	19.8
	4	65	49.6	49.6	69.5
	5	40	30.5	30.5	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

Packaging produk *skincare Somethinc* sesuai dengan kepribadian saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.8	3.8	3.8
	3	25	19.1	19.1	22.9
	4	60	45.8	45.8	68.7

	5	41	31.3	31.3	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Saya akan merekomendasikan produk *skincare*
Somethinc kepada teman/keluarga saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	1	.8	.8	1.5
	3	20	15.3	15.3	16.8
	4	65	49.6	49.6	66.4
	5	44	33.6	33.6	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Jika teman/keluarga saya mengalami kesulitan dalam
memilih produk *skincare*, saya mudah
menyebutkan *Somethinc* sebagai solusi bagi mereka**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	3	2.3	2.3	3.1
	3	20	15.3	15.3	18.3
	4	72	55.0	55.0	73.3
	5	35	26.7	26.7	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

**Saya membeli produk *skincare* *Somethinc* karena pengaruh
dari *influencer* yang saya sukai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	12	9.2	9.2	9.9
	3	28	21.4	21.4	31.3
	4	57	43.5	43.5	74.8
	5	33	25.2	25.2	100.0
	Total	131	100.0	100.0	

LAMPIRAN 9

HASIL UJI RATA-RATA VARIABEL *PROMOTION* (X1)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	131	2	5	4.28	.671
X1_2	131	2	5	4.39	.675
X1_3	131	3	5	4.27	.702
X1_4	131	2	5	4.15	.756
X1_5	131	2	5	3.94	.857
X1_6	131	2	5	4.00	.794
X1_7	131	2	5	4.02	.774
X1_8	131	1	5	4.02	.769
X1_9	131	1	5	4.00	.813
X1_10	131	2	5	4.16	.783
Valid N (listwise)	131				

LAMPIRAN 10

HASIL UJI RATA-RATA VARIABEL *CUSTOMER EXPERIENCE* (X2)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2_1	131	2	5	4.25	.705
X2_2	131	2	5	4.20	.706
X2_3	131	3	5	4.40	.629
X2_4	131	2	5	4.44	.669
X2_5	131	2	5	4.24	.669
X2_6	131	2	5	4.02	.799
Valid N (listwise)	131				

LAMPIRAN 11

HASIL UJI RATA-RATA VARIABEL *REPURCHASE INTENTION* (Y)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_1	131	1	5	4.02	.836
Y_2	131	1	5	4.03	.885
Y_3	131	2	5	4.05	.763
Y_4	131	2	5	4.31	.700
Y_5	131	1	5	4.06	.830
Y_6	131	2	5	4.05	.812
Y_7	131	1	5	4.15	.756
Y_8	131	1	5	4.05	.763
Y_9	131	1	5	3.83	.938
Valid N (listwise)	131				

LAMPIRAN 12

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		131
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	36.5343511
	Std. Deviation	4.37060926
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.054
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 13

HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.626	2.307		-.705	.482		
	PROMOTION	.360	.074	.349	4.881	.000	.481	2.078
	CUSTOMER EXPERIENCE	.912	.121	.540	7.556	.000	.481	2.078

a. Dependent Variable: REPURCHASE INTENTION

LAMPIRAN 14

HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.301	1.453		2.960	.004
	PROMOTION	.026	.046	.070	.557	.579
	CUSTOMER EXPERIENCE	-.121	.076	-.200	-1.592	.114

a. Dependent Variable: Abs_Res

LAMPIRAN 15

HASIL UJI t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.626	2.307		-.705	.482
	PROMOTION	.360	.074	.349	4.881	.000
	CUSTOMER EXPERIENCE	.912	.121	.540	7.556	.000

a. Dependent Variable: REPURCHASE INTENTION

LAMPIRAN 16

HASIL UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2483.289	2	1241.645	139.253	.000 ^b
	Residual	1141.306	128	8.916		
	Total	3624.595	130			

a. Dependent Variable: REPURCHASE INTENTION

b. Predictors: (Constant), CUSTOMER EXPERIENCE, PROMOTION

LAMPIRAN 17

HASIL UJI R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.680	2.986

a. Predictors: (Constant), CUSTOMER EXPERIENCE, PROMOTION

b. Dependent Variable: REPURCHASE INTENTION

LAMPIRAN 18

TABEL F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74

LAMPIRAN 19

TABEL t

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 -160)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121		0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122		0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123		0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124		0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125		0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126		0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127		0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128		0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129		0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130		0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131		0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132		0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133		0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134		0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135		0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136		0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137		0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138		0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139		0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140		0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141		0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142		0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143		0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144		0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145		0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146		0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147		0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148		0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149		0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150		0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545

LAMPIRAN 20

SURAT PERNYATAAN



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : TARISA INDIRA NABAYKA
Program Studi : ILMU ADMINISTRASI BISNIS
NIM : 99180441
Alamat Lengkap : TERRACOTA 15 NO.3 BOGOR RAYA RESIDENCE

Kode pos : 16155

Telp Kantor : -

Telp Rumah : -

No. HP : 0813112364950

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

1. Keabsahan data dan hal-hal lain yang berkenaan dengan keaslian dalam penyusunan karya akhir ini merupakan tanggung jawab pribadi.
2. Apabila dikemudian hari timbul masalah dengan keabsahan data dan keaslian/originalitas karya akhir adalah di luar tanggung jawab Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan saya bersedia menanggung segala resiko sanksi yang dikeluarkan Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan gugatan yang oleh pihak lain yang merasa dirugikan.

Demikian agar yang berkepentingan maklum:

Jakarta 05 Maret 2023






















Yang membuat pernyataan


TARISA INDIRA NABAYKA

(Nama Lengkap)

LAMPIRAN 21

KARTU BIMBINGAN

Nomor Dokumen	Tanggal Pembuatan	Tanggal Revisi	Disahkan Oleh		
IBIKKG/SPM/FORM-A.04.05.02-01	November 2017	Edisi 1: November 2017	AREA/UPT/LPM		
 INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta Utara 14350 KARTU PROSES BIMBINGAN KARYA AKHIR					
Nama	: TARISA INDIRA MAWARA	NIM	: 70180441		
Konsentrasi	: Bisnis Internasional	Topik	: Manajemen Pemasaran		
KRS/Registrasi	: Semester Ganjil/Gesrap	Th. Akademik	: 2022 / 2023		
Dosen Pembimbing	: Bapak Muhammad Fuad, S.E., M.P.				
Judul	: Pengaruh Promosi dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Produk Skincare Somestims di Wilayah Jabodetabek				
No	Tanggal	Pokok Bahasan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen	Catatan
1	7 November 2022	Revisi BAB I			Koreksi Bab I
2	15 November 2022	Revisi BAB I			Acc Bab I
3	13 Desember 2022	Revisi BAB II			Baca & Koreksi
4	20 Desember 2022	Konsultasi dan Revisi BAB II			Acc Bab II
5	03 Januari 2023	Konsultasi dan Revisi BAB II			Acc Bab III
6	17 Januari 2023	Konsultasi kuesioner			lanjutkan Bab IV
7	31 Januari 2023	Konsultasi dan Revisi BAB II-V			lanjutkan
8	20 Februari 2023	Revisi Bab IV - V			lanjutkan
9	23 Februari 2023	Revisi Finalisasi			lanjutkan
10	2 Maret 2023	ACC Finalisasi			
Catatan: - *) Coret yang tidak perlu - Bimbingan minimal 8 kali pertemuan dan mencantumkan tanda tangan pada setiap kali bimbingan sebagai bukti telah melakukan proses bimbingan					

LAMPIRAN 22

HASIL TURNITIN

79180441 - SKRIPSI TARISA INDIRA MAZAYA

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.kwikkiangie.ac.id

Internet Source

6%

2

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

1%

3

repository.uniba.ac.id

Internet Source

1%

4

repositori.usu.ac.id

Internet Source

1%

5

www.researchgate.net

Internet Source

1%

6

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

1%

7

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

1%

8

www.scribd.com

Internet Source

1%

9

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

<1%

10	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
11	ERIK JUNIWATI HERIYADI. "Analisis Pengaruh Customer Experience dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang Pada Starbucks Coffee di Pontianak : Perspektif B2C", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2021 Publication	<1 %
12	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
14	web.archive.org Internet Source	<1 %
15	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
18	Wiwin Yusdianti, Budi Hartono. "Pengaruh Label QR Code Produk Original dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk	<1 %

MS Glow (Studi Kasus pada Konsumen di Pati)", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2022

Publication

Exclude quotes On






Exclude matches

< 75 words

Exclude bibliography On


FORMULIR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI UNTUK PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tarisa Indira Mazaya
 NIM : 79180441
 Judul Skripsi : Pengaruh *Promotion* dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Produk *Skincare Somethinc* di Wilayah Jabodetabek
 Pembimbing : Bapak Muhammad Fuad, S.E., MP.
 Tanggal Ujian : 13 April 2023

No	Hal yang harus diperbaiki	STATUS PERBAIKAN (Check List=V)	Persetujuan Salah Satu Penguji (Boleh dipilih salah satu) – Tanda Tangan dan Nama		Tanggal Persetujuan
			Penguji I	Penguji II	
1	BAB 1 - Melengkapi Data tentang brand <i>Somethinc</i>				05/05/2023
2	BAB 2 - Memperbaiki typo di beberapa bagian TEORI				05/05/2023
3	BAB 3 - Menambahkan rumus <i>Populasi Berimbang</i> , +2				05/05/2023
4	BAB 5 - Menambah <i>ke</i> saran				05/05/2023
5	BAB 4 - Menambahkan detail pada <i>jenis</i> <i>hasil</i>				05/05/2023
6					
7					

Catatan :

- Persetujuan oleh salah satu Penguji atas revisi skripsi dilakukan sebelum pengesahan skripsi oleh Pembimbing, dan formulir ini diuawa mahasiswa saat meminta pengesahan Dosen Pembimbing.
- Selanjutnya, formulir ini dilampirkan di bagian paling belakang skripsi.


 Supriyanto S.A.R, M.P.