

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PADA SALON KECANTIKAN LENTIK STUDIO JAKARTA**

Oleh :

Nama : Grace Thia Glory

NIM : 76200280

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA SALON KECANTIKAN LENTIK STUDIO JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama : Grace Thia Glory

NIM : 76200280

Jakarta, 28 Maret 2024

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Grace Thia Glory / 76200280 / 2023 / Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Salon Kecantikan Lentik Studio Jakarta / Dosen Pembimbing : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Dalam era globalisasi dan kompetisi bisnis yang semakin ketat, perusahaan berlomba-lomba menyusun strategi untuk mempermudah mereka mencari pelanggan baru serta dapat terus mempertahankan pelanggan lama. Salah satu sektor jasa yang terus berkembang di Indonesia hingga saat ini adalah industri kecantikan. Berkembangnya minat pelanggan dalam industri kecantikan mendorong para wirausaha untuk melihat peluang bisnis dengan mendirikan salon kecantikan yang beragam jenis dan kategori sesuai dengan modal yang mereka miliki. Usaha salon kecantikan yang terus eksis, bahkan cenderung mengalami pertumbuhan sejalan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya penampilan dan menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat modern yang senantiasa mengikuti perkembangan zaman. Lentik Studio merupakan salah satu salon kecantikan yang berlokasi di Cilincing Jakarta Utara yang menyediakan rangkaian jasa mulai dari perawatan rambut, wajah, dan badan. Berbagai strategi terus dilakukan Lentik Studio Jakarta untuk memahami dan memenuhi ekspektasi pelanggan mereka dengan baik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *customer experience* yaitu adalah hasil dari seluruh interaksi individu pelanggan dengan produk atau perusahaan selama suatu periode waktu tertentu. Sementara itu, *customer satisfaction* yaitu penilaian sejauh mana pelanggan merasa sangat senang terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan *repurchase intention* merupakan tindakan pelanggan yang melibatkan proses pembelian kembali setelah merasa puas dengan pembelian sebelumnya. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang memiliki teori yang berhubungan dan sesuai dengan penelitian ini.

Objek dalam penelitian ini adalah salon kecantikan Lentik Studio Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 100 pelanggan salon yang telah melakukan perawatan kecantikan di Lentik Studio Jakarta lebih dari sekali dan berdomisili di Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, sementara pengolahan data dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 26.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *customer experience* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada salon kecantikan Lentik Studio Jakarta. Hal ini dapat diartikan ketika semakin baik *customer experience* yang dirasakan pelanggan, maka dapat menumbuhkan *repurchase intention* di waktu yang akan datang. Selain itu, semakin tinggi kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan, maka semakin tinggi pula dorongan pada pelanggan melakukan *repurchase intention*.

Berdasarkan penelitian hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar Lentik Studio Jakarta diharapkan dapat membangun komunitas bagi pelanggan, memberikan harga perawatan yang tetap terjangkau, serta diharapkan dapat membuat spesialisasi atau fokus yang lebih jelas dalam bidang perawatan tertentu.

Kata Kunci : *Customer Experience*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*



ABSTRACT

Grace Thia Glory / 76200280 / 2023 / *The Effect of Customer Experience and Customer Satisfaction on Repurchase Intention at Lentik Studio Beauty Salon Jakarta* / Advisor : Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

In the era of globalization and increasingly fierce business competition, companies are competing to develop strategies to make it easier for them to find new customers and can continue to retain old customers. One of the service sectors that continues to grow in Indonesia today is the beauty industry. The development of customer interest in the beauty industry encourages entrepreneurs to see business opportunities by establishing beauty salons of various types and categories according to the capital they have. The beauty salon business continues to exist, even tends to experience growth in line with public awareness of the importance of appearance and becomes an inseparable part of the lifestyle of modern people who always follow the times. Lentik Studio is one of the beauty salons located in Cilincing, North Jakarta, which provides a range of services ranging from hair, face and body treatments. Various strategies continue to be carried out by Lentik Studio Jakarta to understand and meet the expectations of their customers well.

In this study, researchers used the theory of customer experience, which is the result of all individual customer interactions with products or companies over a certain period of time. Meanwhile, customer satisfaction is an assessment of the extent to which customers feel very happy with the products or services provided by the company. Meanwhile, repurchase intention is a customer action that involves the repurchase process after being satisfied with the previous purchase. This research is supported by previous research which has theories that are related and in accordance with this research.

The object of this research is the Lentik Studio Jakarta beauty salon. Data collection was carried out by distributing questionnaires via google form to 100 salon customers who have had beauty treatments at Lentik Studio Jakarta more than once and live in Jakarta. Sampling was carried out by non-probability sampling method using purposive sampling technique. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, while data processing is carried out using IBM SPSS Statistic 26 software.

This study shows the results that customer experience and customer satisfaction have a positive effect on repurchase intention at the Lentik Studio Jakarta beauty salon. This can be interpreted when the better the customer experience that customers feel, it can foster repurchase intention in the future. In addition, the higher the satisfaction obtained by customers, the higher the impetus for customers to repurchase intention.

Based on the research results of this study, the researcher suggests that Lentik Studio Jakarta is expected to build a community for customers, provide treatment prices that remain affordable, and is expected to make a clearer specialization or focus in certain areas of treatment.

Keywords: *Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*



KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada Salon Kecantikan Lentik Studio Jakarta”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, tidak lepas atas dukungan dan doa dari berbagai pihak yang telah membantu, mendampingi, dan telah memberikan kontribusinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, kritik, saran, dan pengarahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik serta memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama duduk di bangku kuliah.
3. Kedua orang tua penulis, Papa Harry dan Mama Tri tercinta yang telah memberikan kasih sayang, serta dukungan baik secara moril maupun materil hingga akhir masa studi sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan segenap cita – cita.
4. Wesly Orlando, yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan motivasi kepada penulis selama ini.
5. Para sahabat serta teman – teman seperjuangan (Acel, Lola, Thal) yang juga telah memberikan dukungan dan doa hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peneliti,

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- vi



DAFTAR ISI

COVER JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teoritis	11
1. <i>Customer Experience</i>	11
a. Pengertian <i>Experience</i>	11
b. Pengertian <i>Customer Experience</i>	14
c. Konsep <i>Customer Experience</i>	15
d. Faktor – Faktor dalam Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	15
e. Dimensi <i>Customer Experience</i>	16
2. <i>Customer Satisfaction</i>	18
a. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	18
b. Aspek – Aspek yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	19
c. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat <i>Customer Satisfaction</i> ..	20
d. Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	21
e. Metode Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	23
f. Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	24



3. <i>Repurchase Intention</i>	25
a. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	25
b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	26
c. Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	27
d. Indikator <i>Repurchase Intention</i>	29
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Objek Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	38
D. Lokasi Penelitian	39
E. Variabel Penelitian.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Pengolahan Data dan Analisis Data.....	42
1. Uji Instrumen	42
a. Uji Validitas	42
b. Uji Reliabilitas	44
2. Analisis Deskriptif.....	44
a. Analisis Persentase.....	45
b. Perhitungan Rata – Rata (<i>Mean</i>).....	46
c. Rentang Skala	46
3. Analisis Regresi Linier Berganda	47
a. Uji Asumsi Klasik	48
1.) Uji Normalitas	48
2.) Uji Heteroskedastisitas	49
3.) Uji Multikolinearitas.....	49
b. Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	50
c. Uji Parsial (Uji t).....	50
d. Koefisien Determinasi (R^2).....	51

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 52

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B.	Hasil Penelitian.....	55
1.	Uji Instrumen	55
a.	Uji Validitas	55
b.	Uji Reliabilitas.....	57
2.	Analisis Deskriptif.....	57
a.	Analisis Persentase.....	57
b.	Rentang Skala	61
c.	Perhitungan Rata – Rata (<i>Mean</i>).....	62
3.	Analisis Regresi Linier Berganda	66
a.	Uji Asumsi Klasik	67
1.)	Uji Normalitas	67
2.)	Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.)	Uji Multikolinearitas.....	69
b.	Uji Kesesuaian Model (Uji F)	70
c.	Uji Parsial (Uji t)	70
d.	Koefisien Determinasi (R^2)	72
C.	Pembahasan	73
1.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	73
2.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76

A.	Kesimpulan.....	76
B.	Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA..... 78

LAMPIRAN..... 82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Dimensi Variabel <i>Customer Experience</i>	40
Tabel 3.2 Dimensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
Tabel 3.3 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	41
Tabel 3.4 Skala Likert untuk Kuesioner	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Perawatan	61
Tabel 4.7 Penilaian Analisis Deskriptif	62
Tabel 4.8 Skor Rata – Rata Variabel <i>Customer Experience</i>	62
Tabel 4.9 Skor Rata – Rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4.10 Skor Rata – Rata Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.17 Hasil Uji R ²	73

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Salon Kecantikan di DKI Jakarta.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 Rentang Skala Likert.....	47
Gambar 4.1 Ruangan di Lentik Studio Jakarta	52
Gambar 4.2 Pemilik Lentik Studio Jakarta.....	53
Gambar 4.3 Logo Lentik Studio Jakarta.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	82
Lampiran 2 Data Kuesioner Responden	87
Lampiran 3 Data Profil Responden.....	94
Lampiran 4 Hasil Output Profil Responden.....	97
Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas N=100.....	98
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas N=30.....	99
Lampiran 7 Hasil Output Analisis Deskriptif	101
Lampiran 8 Hasil Output Analisis Regresi Berganda.....	104
Lampiran 9 Hasil Turnitin	105