

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS TERAKHIR...II | |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR | III |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | IV |
| ABSTRAK | V |
| KATA PENGANTAR..... | VII |
| DAFTAR ISI..... | IX |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIII |
| DAFTAR TABEL | XIV |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 18 |
| Berdasarkan latar belakang, maka tujuan penelitian ini adalah untuk: | 18 |
| 1.4 Ruang Lingkup Masalah | 19 |
| 1.5 Kontribusi Penelitian..... | 20 |
| 1.6 Garis Besar Penelitian | 22 |
| BAB II | 24 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 24 |
| 2.1 Variabel Penelitian yang Digunakan..... | 24 |
| 2.1.1 Brand | 24 |
| 2.1.2 Brand equity | 25 |
| 2.1.3 Customer experience | 26 |
| 2.1.4 Customer satisfaction | 29 |
| 2.1.5 Customer loyalty | 30 |
| 2.2 Hubungan antar Variabel | 32 |
| 2.2.1 Keterhubungan antara Customer Experience secara signifikan berdampak kepada Customer loyalty. | 32 |
| 2.2.2 Keterhubungan antara Brand equity secara signifikan memediasi pengaruh dari hubungan antara Customer experience dan Loyalty. | 33 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.3 Keterhubungan antara antara Customer satisfaction secara signifikan memediasi pengaruh dari hubungan antara Customer experience dan Loyalty. | 34 |
| 2.2.4 Keterhubungan antara Brand equity dan Customer satisfaction memediasi secara positif hubungan antara Customer experience dan Loyalty. | 35 |
| 2.2.5 Peran Age yang memoderasi hubungan antara Customer experience, Brand equity dan Customer satisfaction dengan Customer loyalty. | 36 |
| 2.2.6 Peran Gender yang memoderasi hubungan antara Customer experience, Brand equity, dan Customer satisfaction dengan Customer loyalty..... | 37 |
| 2.2.7 Peran education yang memoderasi hubungan antara Customer experience, Brand equity, dan Customer satisfaction dengan Customer loyalty..... | 38 |
| 2.2.8 Peran Family income yang memoderasi hubungan antara Customer experience, Brand equity dan Customer satisfaction dengan Customer loyalty..... | 39 |
| 2.3 Model Penelitian dan Hipotesis | 40 |
| BAB III..... | 43 |
| METODE PENELITIAN | 43 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 43 |
| 3.2 Metode Kuantitatif | 45 |
| 3.3 Tipe Tujuan Penelitian | 46 |
| 3.4 Unit Analisis | 48 |
| 3.5 Pengukuran Variabel..... | 49 |
| 3.6 Definisi Konseptual dan Operasional | 51 |
| 3.7 Skala Pengukuran..... | 58 |
| 3.8 Metode Pengumpulan Data..... | 59 |
| 3.8.1 Kuesioner Elektronik | 60 |
| 3.9 Etika Pengumpulan Data..... | 61 |
| 3.10 Sampling | 62 |
| 3.10.1 Probability Sampling..... | 62 |
| 3.10.2 Non-probability Sampling..... | 64 |
| 3.11 Ukuran Sampel..... | 66 |
| 3.12 Metode Analisis Data..... | 67 |
| 3.12.1 Statistik Deskriptif | 67 |
| 3.12.2 Statistik Inferensial..... | 68 |
| 3.13 Goodness of Data | 69 |
| 3.13.1 Validity..... | 69 |

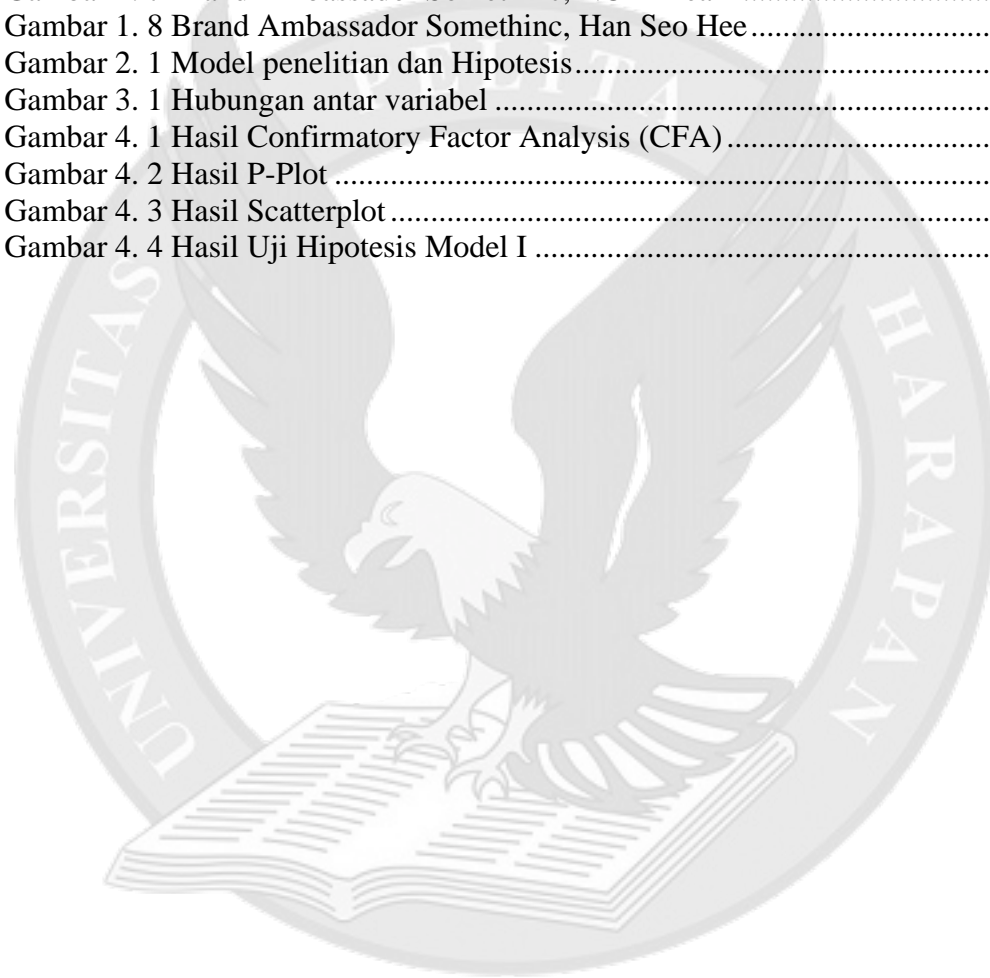
| | |
|---|------------|
| 3.13.2 Reliability | 71 |
| 3.13.2.1 Uji Asumsi Klasik..... | 71 |
| 3.14 SEM | 76 |
| 3.15 SPSS | 77 |
| 3.16 AMOS | 78 |
| 3.17 Studi Pendahuluan..... | 80 |
| 3.17.1 Hasil dari Validitas Studi Pendahuluan | 80 |
| 3.17.1.1 Hasil dari Uji Validitas Studi Pendahuluan..... | 79 |
| 3.17.2 Hasil dari Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan..... | 87 |
| BAB IV | 88 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 89 |
| 4.1 Profil Responden..... | 89 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin | 90 |
| 4.1.2 Usia | 90 |
| 4.1.3 Pendidikan Terakhir | 91 |
| 4.1.4 Pekerjaan | 92 |
| 4.1.5 Penghasilan Per Bulan..... | 93 |
| 4.1.6 Domisili..... | 94 |
| 4.2 Hasil Uji Aktual | 95 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif | 95 |
| 4.2.2 Statistik Inferensial..... | 99 |
| 4.2.2.1 Uji Validitas Konvergen Aktual..... | 100 |
| 4.2.2.2 Uji Validitas Diskriminan Aktual..... | 101 |
| 4.2.2.3 Uji Reliabilitas Aktual..... | 104 |
| 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik | 106 |
| 4.3.1 Uji Normalitas..... | 106 |
| 4.3.2 Uji Multikolinearitas | 108 |
| 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 109 |
| 4.4 Hasil R-Square | 109 |
| 4.4.1 Hasil Goodness of Fit..... | 111 |
| 4.5 Uji Hipotesis Penelitian..... | 112 |
| 4.6 Pembahasan..... | 118 |
| BAB V..... | 123 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 123 |
| 5.1 Kesimpulan | 123 |
| 5.2 Implikasi Teoritis | 127 |
| 5.3 Implikasi Manajerial | 128 |
| 5.4 Batasan Penelitian | 133 |

| | |
|---|------------|
| 5.5 Rekomendasi Untuk Peneliti Selanjutnya..... | 134 |
| DAFTAR PUSTAKA | 135 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. 1 Prediksi pengguna e-commerce di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 1. 2 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023 | 3 |
| Gambar 1. 3 Konten Instagram Somethinc | 6 |
| Gambar 1. 4 Penjualan Skincare dengan view terbanyak di Tiktok tahun 2020 | 7 |
| Gambar 1. 5 Penjualan Makeup lokal terlaris periode April-Juni 2022 | 8 |
| Gambar 1. 6 Penjualan Skincare lokal terlaris periode April-Juni 2022..... | 8 |
| Gambar 1. 7 Brand Ambassador Somethinc, NCT Dream | 9 |
| Gambar 1. 8 Brand Ambassador Somethinc, Han Seo Hee | 10 |
| Gambar 2. 1 Model penelitian dan Hipotesis | 41 |
| Gambar 3. 1 Hubungan antar variabel | 50 |
| Gambar 4. 1 Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA) | 99 |
| Gambar 4. 2 Hasil P-Plot | 107 |
| Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot | 109 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji Hipotesis Model I | 118 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Tabel DKDO | 52 |
| Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Experience pada dimensi "Cognitive") | 81 |
| Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Konvergen (Variabel Customer Experience pada dimensi "Affective")..... | 81 |
| Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Experience pada dimensi "Behavioral") | 83 |
| Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Experience pada dimensi "Relational") | 83 |
| Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Experience pada dimensi "Sensory") | 84 |
| Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Brand Equity)..... | 85 |
| Tabel 3. 8 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Satisfaction)..... | 86 |
| Tabel 3. 9 Hasil Pengujian Validitas (Variabel Customer Loyalty) | 86 |
| Tabel 3. 10 Hasil Pengujian Reliabilitas | 88 |
| Tabel 4. 1 Tabel Rincian Jenis Kelamin Responden..... | 90 |
| Tabel 4. 2 Tabel Rincian Usia Responden | 91 |
| Tabel 4. 3 Tabel Rincian Pendidikan Terakhir Responden..... | 92 |
| Tabel 4. 4 Tabel Rincian Pendidikan Terakhir Responden..... | 93 |
| Tabel 4. 5 Tabel Rincian Pendidikan Terakhir Responden..... | 94 |
| Tabel 4. 6 Tabel Rincian Pendidikan Terakhir Responden..... | 95 |
| Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif | 96 |
| Tabel 4. 8 Hasil Average Variance Extracted | 100 |
| Tabel 4. 9 Hasil Akar AVE Kuadrat | 102 |
| Tabel 4. 10 Hasil HTMT | 103 |
| Tabel 4. 11 Hasil Cronbach's Alpha dan composite reliability | 104 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov | 106 |
| Tabel 4. 13 Hasil VIF | 108 |
| Tabel 4. 14 Hasil R-Square | 110 |
| Tabel 4. 15 Hasil Goodness of Fit Uji Aktual..... | 111 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Penelitian | 112 |