

HALAMAN MOTTO

*Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*

(QS. Al-Insyirah :5-6)

“It will Pass, everything you’ve gone through it will pass”

(Rachel Vennnya)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya (Ibu Sanis dan Bapak Kodriyanto). Dua orang yang sangar berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak terakhirnya ini menempuh pendidikan setinggi tingginya meskipun mereka berdua sendiri hanya bisa menempuh pendidikan sampai tahap dasar. Terimakasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih telah berjuang untukku, membesarkan dan mendidiku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hiduplah lebih lama.
2. Kakak tercinta, Elok Elfida Sani dan suami (Hamid Udin). Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas motivasi, semangat dan doa yang selalu diberikan kepada adik terakhirmu ini. Berbahagialah selalu.
3. Ibu Eni Kaharti, S.E., M.Acc., CA., ACPA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dorongan, dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Teman seperjuangan, Shindy, Haedah, dan Wahyu. Terimakasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah menjadi teman

yang selalu ada. Mengambil banyak peran penting di balik layar, kebersamaan dalam perjuangan dan tidak pernah mengeluh ketika direpotkan. Semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan. *See u on top guys!*

5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.
6. Kepada diri saya sendiri Risma Firda Sari. Terimakasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri kita sendiri. Kamu hebat, saya bangga kamu bisa menyelesaikan perjalanan panjang ini, meskipun tak jarang air mata dan kegelisahan datang menghampiri, yang terus maju meskipun jalan terasa berat. Terimakasih ya sudah hadir di dunia dan sudah bisa bertahan sejauh ini melewati banyak rintangan dan tantangan yang alam semesta berikan. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Risma. Rayakanlah selalu kehadiranmu jadilah bersinar dimanapun kamu memijakkan kaki.

ABSTRAKSI

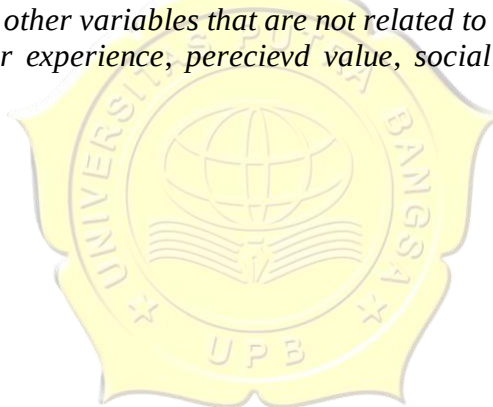
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience*, *perceived value*, dan *social media marketing* terhadap *revisit intention* pada Inara Studio Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Inara Studio di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* sebanyak 100 orang dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner menggunakan Google Formulir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan statistik yakni, uji instrumen meliputi: uji validitas, uji reliabilitas. Uji asumsi klasik meliputi: uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas. Uji hipotesis meliputi: uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), koefisien determinasi (R^2). Analisis Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) *Customer experience* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada Inara Studio Kebumen. 2) *Perceived value* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada Inara Studio Kebumen. 3) *Social media marketing* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada Inara Studio Kebumen. Berdasarkan nilai Adjusted R^2 menunjukkan bahwa kontribusi variabel *customer experience*, *perceived value*, dan *social media marketing* sebesar terhadap *revisit intention* sebesar 65,9%, sementara sisanya sebesar 34,1% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci: *customer experience*, *perceived value*, *social media marketing* dan *revisit intention*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of customer experience, perceived value, and social media marketing on revisit intention at Inara Studio Kebumen. The population in this study were all Inara Studio customers in Kebumen Regency. The sampling technique used in this study was a nonprobability sampling method of 100 people with purposive sampling technique. Data collection techniques by distributing questionnaires using Google Forms. The data analysis technique used in this study is descriptive and statistical analysis, namely, instrument tests including: validity test, reliability test. Classical assumption tests include: multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test. Hypothesis testing includes: partial test (t test), simultaneous test (F test), coefficient of determination (R^2). Multiple Linear Analysis with the help of the SPSS 22 for windows program. The results of this study explain that 1) Customer experience has a positive effect on revisit intention at Inara Studio Kebumen. 2) Perceived value has no effect on revisit intention at Inara Studio Kebumen. 3) Social media marketing has a positive effect on revisit intention at Inara Studio Kebumen. Based on the Adjusted R^2 value, it shows that the contribution of customer experience, perceived value, and social media marketing variables to revisit intention is 65.9%, while the remaining 34.1% is the contribution of other variables that are not related to revisit intention.

Key words: customer experience, perceived value, social media marketing and revisit intention



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *PERCEIVED VALUE* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA INARA STUDIO”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan arahan, dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Ibu Eni Kaharti, S.E., M.Acc., CA., ACPA Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, dorongan, dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen serta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
5. Bapak Arif Hadiyanto, S.Kom selaku pemilik Inara Studio Kebumen yang telah memberikan izin penulis dalam melakukan penelitian sampai data terkumpul demi kelancaran dalam penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta doa dalam setiap langkah dan usaha penulis sehingga skripsi ini terwujud.

7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya bagi kesuksesan penelitian ini.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga penelitian dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kebumen, 14 April 2025

Penulis

Risma Firda Sari



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Batasan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian	21
1.5. Manfaat Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
2.1. Tinjauan Teori.....	23
2.1.1. <i>Revisit Intention</i>	23
2.1.2. <i>Customer Experience</i>	27
2.1.3. <i>Perceived Value</i>	31
2.1.4. <i>Social Media Marketing</i>	33

2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Hubungan Antar Variabel	48
2.4. Model Empiris	51
2.5. Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	53
3.2. Variabel Penelitian.....	53
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	54
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	59
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	61
3.6. Populasi dan Sampel.....	63
3.7. Teknik Analisis	65
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1. Analisis Deskriptif.....	77
4.2. Analisis Statistik	81
4.3. Pembahasan.....	97
BAB V SIMPULAN	102
5.1. Simpulan.....	102
5.2. Keterbatasan.....	103
5.3. Implikasi.....	104
5.3.1 Implikasi Praktis.....	104
5.3.2 Implikasi Teoritis	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top 5 Self Foto Studio di Kabupaten Kebumen	6
Tabel I-2 Jumlah Sesi/Bulan Periode 2024	7
Tabel I-3 Hasil Observasi Pada Konsumen Inara Studio	10
Tabel II- 1 Tabel Penelitian Terdahulu	45
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Revisit Intention	55
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel Customer Experience.....	57
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel Perceived Value	58
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel Social Media Marketing	59
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel IV-4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	81
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Experience	83
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value.....	84
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing.....	84
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Revisit Intention	85
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel IV- 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel IV-12 Hasil Uji Normalitas	90
Tabel IV-13 Hasil Analisis Linier Berganda	91
Tabel IV-14 Hasil Analisis Uji t.....	93
Tabel IV-15 Hasil Analisis Uji F	96
Tabel IV-16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Kerangka Penelitian.....	51
Gambar IV-1 Hasil Analisis Uji Normalitas	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Data Responden	118
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	118
Lampiran 4 Uji Validitas	123
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	127
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	130
Lampiran 8 Analisis Linier Berganda	131
Lampiran 9 Tabel r	132
Lampiran 10 Tabel t	135
Lampiran 11 Tabel F	138
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	141
Lampiran 13 Kartu Tanda Seminar Proposal Skripsi	142

