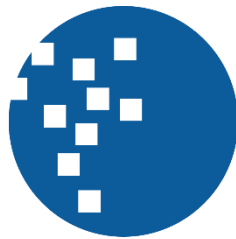


**ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE*
QUALITY PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SERTA IMPLIKASI TERHADAP
REPURCHASE INTENTION JAKARTA X BEAUTY PADA
GENERASI MILLENNIAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)

CINDY TRIANA

0000047790

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cindy Triana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047790

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY* PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 November 2023



(Cindy Triana)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY* PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL

Oleh

Nama : Cindy Triana
NIM : 00000047790
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 November 2023

Pembimbing



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.

NIDN/NIK 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.

NIDN/NIK 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY* PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL

Oleh

Nama : Cindy Triana
NIM : 00000047790
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 21 Desember 2023

Pukul 10.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

NIDN/NIK 0320089001

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si

NIDN/NIK 0321107801

Pembimbing



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.

NIDN/NIK 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.

NIDN/NIK 0323047801

3

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Triana

NIM : 00000047790

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY* PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 November 2023

Yang menyatakan,



(Cindy Triana)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan rasa syukur atas rezeki dan karuniaNya yang diberikan oleh Allah SWT. sehingga dapat terselesaikannya laporan skripsi ini dengan judul: “ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY* PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL” sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara .

Saya menyadari bahwa butuh semangat dan usaha dalam menyusun dan menyelesaikan laporan skripsi ini dengan didukung bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak terlibat baik dari lingkungan internal perkuliahan maupun lingkungan eksternal. Oleh sebab itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang akan disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku Penguji pada saat sidang yang telah memberikan kritik dan saran atas laporan skripsi ini.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan motivasi baik secara material maupun mental sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan laporan skripsi.

7. Teman-teman seperjuangan dan lainnya yang selalu menyemangati dan menghibur selama proses penulisan laporan skripsi ini.
8. Serta pihak lainnya yang tidak disebutkan satu persatu sehingga proses penulisan laporan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.

Harapannya semoga skripsi ini bisa menjadi momen proses yang indah yang dapat dikenang dikemudian hari, bisa menjadi motivasi dan sumber informasi bagi para pembaca di masa depan terutama bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 November 2023



(Cindy Triana)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**ANALISIS PENGARUH *CORE* DAN *PERIPHERAL SERVICE QUALITY*
PADA *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA
IMPLIKASI TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* JAKARTA X
BEAUTY PADA GENERASI MILLENNIAL**

(Cindy Triana)

ABSTRAK

Indonesia memiliki potensi peningkatan pada industri kosmetik setiap tahunnya. Banyaknya minat pada produk kosmetik membuat para pelaku usaha kecantikan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan berbagai teknologi terbaru. Meluasnya, produk kosmetik baik secara lokal maupun internasional juga diiringi dengan hadirnya pameran produk kecantikan di Indonesia yakni mempertemukan para merek, *beauty influencer*, dan *beauty enthusiast* dalam satu waktu. Salah satunya adalah JakartaXBeauty dari Female Daily. Berbagai promo dan kegiatan menarik hadir di JakartaXBeauty 2023. Namun, antusias yang tinggi pada event beauty ini membuat banyaknya keluhan yang terjadi selama acara berlangsung yakni mereka yang mayoritas adalah generasi millennial. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dan *non probability sampling*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software Smart PLS versi 3 kepada 130 responden. Serta, hasil dari penelitian ini adalah *service quality* pada *core service* dan *peripheral service* berpengaruh positif pada *perceived value*, kemudian *perceived value* berpengaruh positif pada *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* pada *repurchase intention* pada pengunjung generasi millennial di JakartaXBeauty 2023.

Kata kunci: *Event, Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Millennial, Repurchase Intention*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CORE AND
PERIPHERAL SERVICE QUALITY ON PERCEIVED VALUE
AND CUSTOMER SATISFACTION AND IMPLICATIONS ON
REPURCHASE INTENTION JAKARTA X BEAUTY IN THE
MILLENNIAL GENERATION**

(Cindy Triana)

ABSTRACT (English)

Indonesia has the potential to increase the cosmetics industry every year. The amount of interest in cosmetic products makes beauty businesses try to fulfill the needs and desires of consumers with various latest technologies. The expansion of cosmetic products both locally and internationally is also accompanied by the presence of beauty product exhibitions in Indonesia, which bring together brands, beauty influencers, and beauty enthusiasts at one time. One of them is JakartaXBeauty from Female Daily. Various promos and interesting activities were present at JakartaXBeauty 2023. However, the high enthusiasm for this beauty event has led to many complaints that occur during the event, namely those who are mostly millennials. This research uses quantitative descriptive research design and non probability sampling. Data processing in this study used Smart PLS version 3 software to 130 respondents. Also, the results of this study are service quality in core service and peripheral service has a positive effect on perceived value, then perceived value has a positive effect on customer satisfaction, and customer satisfaction on repurchase intention in the millennial generation at JakartaXBeauty 2023.

Keywords: *Event, Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Millennial, Repurchase Intention*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	4
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
Beberapa manfaat dari penelitian ini, yakni:.....	13
1.5 Batasan Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Event Management.....	17
2.1.2 Consumer Behavior.....	17
2.1.3 Service Quality.....	17
2.1.4 Perceived Value.....	19
2.2 Model Penelitian.....	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.3.1 Populasi.....	34

3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2 Analisis Deskriptif.....	59
4.3 Uji Instrumen.....	65
4.6 Implikasi Manajerial.....	82
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Preview Masalah JakartaXBeauty 2023	5
Tabel 1.2 Pengelompokkan Generasi	14
Tabel 2.1 Temuan Inti 24	
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Penelitian	40
Tabel 3.2 Syarat Validitas	45
Tabel 3.3 Syarat-syarat Reliability	47
Tabel 4.1 Interval Kelas	60
Tabel 4.2 Hasil jawaban responden terhadap variabel <i>Core Service Quality</i>	61
Tabel 4.3 Hasil jawaban responden terhadap variabel <i>Peripheral Service Quality</i> 62	
Tabel 4.4 Hasil jawaban responden terhadap variabel <i>Perceived Value</i>	63
Tabel 4.5 Hasil jawaban responden terhadap variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4.6 Hasil jawaban responden terhadap variabel <i>repurchase intention</i>	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validity & Reliability <i>Main-Test</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validity & Reliability <i>Main-test</i>	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validity & Reliability <i>Main-Test</i>	74
Tabel 4.12 Uji Inner Model	75

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pekan Literasi Informasi.....	3
Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 1.2 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia	3
Gambar 1.3 Hasil Usia Responden pada Pra Survey JakartaXBeauty	7
Gambar 1.4 Hasil Domisili Responden pada Pra Survey JakartaXBeauty.....	8
Gambar 1.5. Hasil Pernah/Tidak Pernah Kunjungan JXB pada Pra Survey.....	8
Gambar 1.6 Hasil responden Kunjungan kembali pra survey	9
Gambar 1.7 Hasil Alasan Responden pada Pra Survey JakartaXBeauty	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	22
Gambar 3.1 Logo Jakarta X Beauty	27
Gambar 3.2 Merek Kecantikan di JakartaXBeauty 2023	28
Gambar 3.3 Instagram Resmi FDXBeauty	30
Gambar 3.4 Tahapan Structural Equation Model (SEM).....	49
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.2 Data Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	55
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi	56
Gambar 4.5 Profil Responden berdasarkan Anggaran sekali berkunjung	57
Gambar 4.6 Screening Responden Berdasarkan Kunjungan pada JakartaXBeauty pada rentang tanggal 3-6 Agustus 2023	58
Gambar 4.8 Screening Responden Berdasarkan keinginan mengunjungi kembali JakartaXBeauty di masa depan.....	59
Gambar 4.9 Path Coefficient Uji Outer Model	70
Gambar 4.10 Ilustrasi <i>do's & don't event beauty</i>	84
Gambar 4.11 Ilustrasi denah & e-ticket JakartaXBeauty.....	85

U I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Turnitin

Lampiran B : Receipt Turnitin

Lampiran C : Kuesioner Google Form

Lampiran D : Jurnal Utama

Lampiran E : Hasil Olah Data Pre-Test SPSS

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas

Lampiran F : Hasil Olah Data Main-Test Smart PLS

1. Model Penelitian
2. Convergent Validity
3. Discriminant Validity
4. Fornell-Lecker Criterion
5. Uji Bootstrapping

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA