



**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*,
DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA *SKINCARE* DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

RISKA AYU MAHARANI

2021-11-116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*,
DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA *SKINCARE* DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :
RISKA AYU MAHARANI
2021-11-116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA *SKINCARE* DI KUDUS)**

Nama : Riska Ayu Maharani

NIM : 202111116

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing


(Dr. Dwi Soegiarto, S.E.,M.M)
NIDN. 0620117103

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA *SKINCARE* DI KUDUS)**

Nama : Riska Ayu Maharani
NIM : 202111116
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing


(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertan Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

MOTTO:

*“Tidak peduli sehancurnya apapun keadaanmu, yang paling penting pulang
dengan gelar sarjana untuk Ibu, Bapak dan diriku sendiri”*

(Riska Ayu Maharani)

*“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka
yang sennatiasa berusaha”*

(BJ Habibie)

“Jadilah baik, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”

(QS. Al-Baqarah:195)

*“Perang telah usai, aku bisa pulang, Kubaringkan panah dan berteriak
MENANG!”*

(Nadin Amizah)

“Angan-angan yang dulu mimpi belaka, Kita gapai segala yang tak disangka”

(Hindia)

PERSEMBAHAN:

Dengan mengucapkan Syukur Rahmat kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada Bapak, Ibu, Adik, keluarga dan untuk diriku sendiri. Dengan ketulusan dari hati atas do'a yang tak pernah putus dan semangat yang tak ternilai. Serta untuk orang terdekatku yang tersayang.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, *Physical Evidence*, *Experiential Marketing*, *Wom Communication*, dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Pelanggan Ella *Skincare* Di Kudus)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Universitas Muria Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami banyak kendala serta hambatan, namun berkat bimbingan, saran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Maka, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada bebrbagai pihak yang sudah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing dan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas ilmu dan pengalamannya yang telah diberikan.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, yang telah membantu dan mengarahkan penulis dari semester awal hingga semester akhir.
6. Teristimewa superhero dan panutan, penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta penulis yaitu Bapak Hartono dan Ibu Sri Laraswati. Terima kasih atas setiap tetesan keringat dalam setiap langkah, pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing, dan selalu memberikan kasih sayang yang tulus. Motivasi serta dukungan dan mendoakan penulis dalam keadaan apapun agar penulis mampu bertahan untuk melangkah setapak demi setapak dalam meraih mimpi-mimpi di masa depan. Terima kasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Bapak, Ibu putrimu ini sudah tumbuh dewasa dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi.
7. Kepada Mbah Tumari dan Adiku Rezky, Terimakasih telah memberikan semangat, do'a yang tak pernah putus dan dukungan dalam mengerjakan skripsi sampai skripsi ini selesai.
8. Kepada Alm Mama Farida Lely, mama dari seseorang yang penting di kehidupan saya. Terimakasih telah memberikan semangat, do'a dan dukungan dalam mengerjakan skripsi sampai skripsi ini selesai.

9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Albert Candrageo Sanjaya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, pikiran, materi dan waktu kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung, ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
10. Kepada Dina Fitriana., S.M dan Vera Listyaningrum., S.M, terimakasih sudah menjadi panutan saya, atas motivasi dan dukungannya selama ini serta doa-doa baiknya.
11. Teman-teman seperjuangan dari semester satu sampai di detik ini, Husna, Eva, Anisa, Silpia, Caca, Fuan, Ana, Anisa Nur yang terus memberikan segala sesuatu yang baik dalam keadaan apapun, terimakasih selalu memberikan semangat sehingga membuat motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman suka duka “Budaya” (Butuh Duda Kaya) Zidna, Mita, Mbak Sendy yang selalu membuat hari-hariku tertawa. Terimakasih telah hadir dikehidupanku sebagai sahabat terbaik, dan sudah membersamai, memberikan kebahagiaan disetiap waktu dan selalu ada dalam keadaan apapun.
13. Teman seperjuangan bimbingan Ketsha, terimakasih sudah membantu, memberikan semangat dan dukungan hingga proses skripsi ini selesai.

14. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Angkatan 2021 terimakasih atas suka dan dukanya yang telah kita lalui, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
15. Terakhir untuk diriku sendiri Riska Ayu Maharani, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Saya bangga dengan diriku sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Akhir kata, penulis dengan menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian. *Aamiin Yarobal'alam*

Kudus, 2025
Penulis

Riska Ayu Maharani
NIM. 202111116

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA *SKINCARE* DI KUDUS)**

**RISKA AYU MAHARANI
202111116**

Pembimbing : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Inovasi Produk, *Physical Evidence*, *Experiential Marketing*, *WOM Communication*, *Perceived Quality* Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Ella *Skincare* di Kudus). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal. Sampel sebanyak 160 responden diambil dengan metode purposive sampling dan data diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Inovasi Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang, *Physical Evidence* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang, *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, *WOM Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Secara simultan Inovasi Produk, *Physical Evidence*, *Experiential Marketing*, *WOM Communication*, *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang.

**Kata Kunci: Inovasi Produk, *Physical Evidence*, *Experiential Marketing*,
WOM Communication, *Perceived Quality*, Minat Pembelian Ulang**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *PHYSICAL EVIDENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING, *WOM COMMUNICATION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN ELLA SKINCARE DI KUDUS)**

**RISKA AYU MAHARANI
202111116**

Pembimbing : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Product Innovation, Physical Evidence, Experiential Marketing, WOM Communication, Perceived Quality on Repurchase Interest (Case Study on Ella Skincare Customers in Kudus). This study uses a quantitative approach with descriptive and causal associative research types. A sample of 160 respondents was taken using the purposive sampling method and the data was processed using SPSS version 25. The results of the study indicate that partially Product Innovation does not have a significant effect on repurchase interest, Physical Evidence does not have a significant effect on repurchase interest, Experiential Marketing has a positive and significant effect on repurchase interest, WOM Communication has a positive and significant effect on repurchase interest, Perceived Quality has a positive and significant effect on repurchase interest. Simultaneously Product Innovation, Physical Evidence, Experiential Marketing, WOM Communication, Perceived Quality have a significant effect on repurchase interest.

Keywords: Product Innovation, Physical Evidence, Experiential Marketing, WOM Communication, Perceived Quality repurchase interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Grand Theory</i>	12
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Minat Pembelian Ulang	12
2.1.3 Inovasi Produk	15
2.1.4 <i>Physical Evidence</i>	17
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i>	19
2.1.6 <i>WOM Communication</i>	21
2.1.7 <i>Perceived Quality</i>	24
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.5 Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.2.1 Variabel Penelitian	36
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel	42
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Pengolahan Data.....	44
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Analisis Data	46
3.8.1 Analisis Data Deskriptif Statistik	46
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.8.4 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Penyajian Data.....	53
4.2.1 Deskripsi Responden	53
4.2.2 Tanggapan Responden tentang Variabel	54
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	59
4.3.1 Uji Validitas	59
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.4 Analisis Data	61

4.4.1 Uji Asumsi Klasik	62
4.4.2 Analisis Regresi Linear	65
4.4.3 Uji Hipotesis	67
4.5 Pembahasan	72
4.5.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang	72
4.5.2 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang	72
4.5.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang	73
4.5.4 Pengaruh <i>WOM Communication</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang ..	74
4.5.5 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang	75
4.5.6 Pengaruh Inovasi Produk, <i>Physical Evidence</i> , <i>Experiential Marketing</i> , <i>WOM Communication</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Bagi Perusahaan	78
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Bobot Nilai Kuisisioner Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Data Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Data Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Data Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 4 Data Berdasarkan Pembelian	54
Tabel 4. 5 Data Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk	55
Tabel 4. 6 Data Jawaban Responden Variabel <i>Physical Evidence</i>	55
Tabel 4. 7 Data Jawaban Responden Variabel <i>Experiential Marketing</i>	56
Tabel 4. 8 Data Jawaban Responden Variabel <i>WOM Communication</i>	57
Tabel 4. 9 Data Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Quality</i>	58
Tabel 4. 10 Data Jawaban Responden Variabel Minat Pembelian Ulang	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hetersokedastisitas	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik t	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Statistik F	70
Tabel 4. 19 Hasil Olah data Koefisien Determinasi (r^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Presentase Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023	3
Gambar 1. 2 <i>Review</i> konsumen Ella <i>Skincare</i>	4
Gambar 1. 3 <i>Review</i> konsumen Ella <i>Skincare</i>	5
Gambar 1. 4 <i>Review</i> konsumen Ella <i>Skincare</i>	5
Gambar 1. 5 <i>Review</i> konsumen Ella <i>Skincare</i>	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	34