

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI DI MEDIASI FAKTOR KETIDAKPUASAN
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK
BEDAK PADAT PIXY**

(Studi di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh
PUTRI NURFAUZIAH
NIM 20220510120



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI DI MEDIASI FAKTOR KETIDAKPUASAN
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK BEDAK PADAT PIXY**
(Studi di Kabupaten Kuningan)

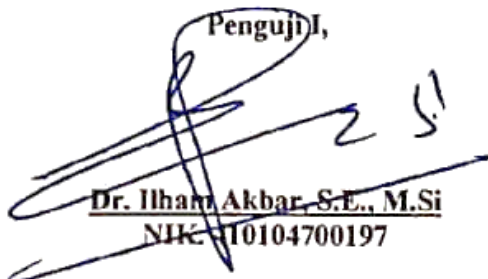
Oleh :

PUTRI NURFAUZIAH
NIM. 20220510120

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Ilham Akbar, S.E., M.Si
NIK. 410104700197

Penguji II,



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

Penguji III,



Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M
NIK. 410101910251

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI DI MEDIASI FAKTOR KETIDAKPUASAN
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK BEDAK PADAT PIXY**

(Studi di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

PUTRI NURFAUZIAH
NIM. 20220510120

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I.


Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Pembimbing II.


Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.
NIK. 410101910251

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen


Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Dimediasi Faktor Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek Produk Bedak Padat Pixy (Studi di Kabupaten Kuningan)”** beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap bertanggung jawab dan menerima segala risiko atau sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Putri Nurfauziah
NIM. 20220510120

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan ada Kemudahan”
(Qs. Al-Insyirah : 5)

“Ada doa yang tidak pernah terdengar orang lain, tetapi diam-diam menyelamatkan.”
(Penulis)

“Tidur selalu tak tenang, pagi selalu menyiksa, semua akan baik saja, sebab Tuhan telah berjanji setelah sempit ada kemudahan, kita milikNya, semua telah tertulis dan akan kembali padanya”
(Raim Laode - Bersenja Gurau)

PERSEMBAHAN

Tidak ada bagian paling bermakna dalam skripsi ini selain lembar persembahan. Karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, pertolongan, dan kemudahan yang diberikan dalam setiap prosesnya. Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, keluarga, sahabat, serta orang-orang tersayang yang selalu hadir memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang hingga penulis mampu menyelesaikan perjalanan ini.

ABSTRAK

PUTRI NURFAUZIAH, 20220510120, “Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi di Mediasi Faktor Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek Produk Bedak Padat Pixy (Studi di Kabupaten Kuningan)”.

Program Studi Manajemen. 2026. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan.

Pembimbing I: Wachjuni, S.E., M.M. Pembimbing II: Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek produk bedak padat Pixy dengan ketidakpuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan bersifat asosiatif kausal. Sampel penelitian sebanyak 200 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dengan skala Likert 1-7. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek, sedangkan kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen, sementara kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen. Selain itu, ketidakpuasan konsumen mampu memediasi pengaruh pengalaman konsumen terhadap perpindahan merek, tetapi tidak mampu memediasi pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek.

Kata kunci: Pengalaman Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, dan Perpindahan Merek.

ABSTRACT

PUTRI NURFAUZIAH, 20220510120, “The Influence of Consumer Experience and Variety-Seeking Needs Mediated by Dissatisfaction on Brand Switching of Pixy Compact Powder Products (Study in Kuningan Regency)”.

Management Study Program. 2026. Faculty of Economics and Business. Kuningan University.

Supervised I: Wachjuni, S.E., M.M. Supervised II: Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.

This study aims to analyze the influence of consumer experience and variety-seeking needs on brand switching behavior of Pixy compact powder products with consumer dissatisfaction as a mediating variable. This study used a quantitative approach with a survey method and causal associative design. The sample consisted of 200 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through online questionnaires using a 1–7 Likert scale. The data analysis techniques used were descriptive analysis and Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of AMOS software. The results showed that consumer experience had no significant effect on brand switching, while variety-seeking needs and consumer dissatisfaction had a positive and significant effect on brand switching. Consumer experience had a positive and significant effect on consumer dissatisfaction, whereas variety-seeking needs had no significant effect on consumer dissatisfaction. In addition, consumer dissatisfaction was able to mediate the effect of consumer experience on brand switching, but was unable to mediate the effect of variety-seeking needs on brand switching.

Keywords: Consumer Experience, Variety Seeking Needs, Consumer Dissatisfaction, and Brand Switching.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat, karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi di Mediasi Faktor Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek Produk Bedak Padat Pixy (Studi di Kabupaten Kuningan)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi yang berguna, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Kuningan, Juli 2026

Penulis



Putri Nurfauziah
NIM. 20220510120

UCAPAN TERIMAKASIH

Halaman ucapan terima kasih menjadi bagian yang paling bermakna dalam skripsi ini, karena melalui halaman ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur, doa, cinta, serta penghargaan yang mungkin tidak akan pernah cukup diungkapkan hanya dengan kata-kata. Setiap proses dalam penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah, namun berkat rahmat Allah SWT serta kehadiran orang-orang baik yang selalu menemani, menguatkan, membantu, dan mendoakan, penulis mampu sampai pada titik ini. Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati, Bismillahirrahmanirrahim, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa, yaitu kepada:

1. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Bapak Suhartono dan Mama Erna, dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Meskipun kami bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hati ke hati, penulis tahu bahwa di balik keheningan itu tersimpan doa dan harapan yang tak pernah putus untuk penulis, sehingga penulis dapat memahami dan merasakan bahwa cinta dan dukungan yang Bapak dan Mama berikan selama ini hadir dalam bentuk yang berbeda. Beliau mungkin tidak selalu mengucapkannya, tetapi tindakan dan keberadaannya adalah bukti kasih sayang yang tak terhingga. Setiap langkah dan pencapaian yang penulis raih, termasuk selesainya skripsi ini, adalah bagian dari doa dan harapannya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kebahagiaan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta umur yang panjang.
2. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua adik tersayang, Isti Nisrinaya dan Aulia Nurqonita. Kehadiran kalian mengajari banyak hal tentang arti menerima dan menyayangi. Semoga kalian tumbuh menjadi pribadi yang baik dan memiliki semangat belajar yang tinggi. Seperti lirik lagu Nina “Tumbuh lebih baik, cari panggilanmu, jadi lebih baik dibanding diriku”.
3. Terima kasih kepada keluarga tercinta, terkhusus kepada Ema dan Mbah, dua orang yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada cucunya ini untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya.

4. Wachjuni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelitian kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelitian kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Ilham Akbar, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, nasihat, serta bimbingan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan, serta seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan staf Program Studi yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
8. Terima kasih kepada Fajar Toserba Jalaksana, Fajar Toserba Cigugur, dan Ranzel Kosmetik Kuningan yang telah memberikan izin serta dukungan kepada penulis dalam proses pengumpulan data penelitian. Bantuan yang diberikan sangat berarti dalam kelancaran penyusunan skripsi ini, khususnya dalam memperoleh informasi dan akses yang dibutuhkan. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik di masa mendatang.
9. Kepada sahabat terbaik penulis, Harum Anggraeni, terima kasih atas setiap memori indah, setiap pelajaran hidup, dan setiap momen berharga yang telah kita lalui bersama. Semoga segala harapan baik yang telah direncanakan bisa terwujud di kemudian hari.
10. Kepada sahabat penulis selama di perkuliahan (Ana, Maharani, Nazwa, Novita, Nova, Mei dan Tika), terima kasih penulis ucapkan karena selalu memberikan dukungan dan motivasi selama masa perkuliahan.
11. Kepada seseorang yang menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, terima kasih atas kehadiranmu yang datang tanpa pernah penulis duga, namun perlahan menjadi salah satu rumah terbaik bagi penulis. Terima kasih karena selalu ada di setiap proses, di saat dunia terasa berat, di saat penulis lelah,

kehilangan semangat, bahkan hampir menyerah. Terima kasih telah menjadi pendengar, penenang, dan alasan bagi penulis untuk tetap kuat sampai akhirnya mampu menyelesaikan semuanya hingga titik ini. Kehadiranmu bukan hanya sekadar menemani, tetapi juga menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis.

12. Untuk diriku, yang mungkin tidak pandai menunjukkan perasaan, tetapi tetap memilih untuk bertahan, berjalan, dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah kuat dan tidak menyerah. Meskipun tidak selalu yakin, semoga langkah ini menjadi bukti bahwa saya mampu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH..... iv

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Rumusan Masalah 8

1.3. Tujuan Penelitian..... 9

1.4. Manfaat Penelitian 9

1.4.1. Manfaat Teoritis 9

1.4.2. Manfaat Praktis 10

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 11

2.1. Landasan Teori 11

2.1.1. Manajemen Pemasaran..... 11

2.1.2. Perpindahan Merek 12

2.1.2.1 Pengertian Perpindahan Merek 12

2.1.2.2 Faktor Faktor Perpindahan Merek 13

2.1.2.3 Dimensi Perpindahan Merek..... 15

2.1.2.4 Indikator Perpindahan Merek..... 15

2.1.3. Ketidakpuasan Konsumen..... 17

2.1.3.1 Pengertian Ketidakpuasan Konsumen..... 17

2.1.3.2 Faktor Faktor Ketidakpuasan Konsumen..... 17

2.1.3.3 Dimensi Ketidakpuasan Konsumen	19
2.1.3.4 Indikator Ketidakpuasan Konsumen	20
2.1.4. Pengalaman Konsumen.....	21
2.1.4.1 Pengertian Pengalaman Konsumen.....	21
2.1.4.2 Faktor Faktor Pengalaman Konsumen	22
2.1.4.3 Dimensi Pengalaman Konsumen	23
2.1.4.4 Indikator Pengalaman Konsumen	24
2.1.5. Kebutuhan Mencari Variasi.....	25
2.1.5.1 Pengertian Kebutuhan Mencari Variasi.....	25
2.1.5.2 Faktor Faktor Kebutuhan Mencari Variasi	26
2.1.5.3 Dimensi Kebutuhan Mencari Variasi	28
2.1.5.4 Indikator Kebutuhan Mencari Variasi	29
2.1.6. Hubungan Antar Variabel	30
2.1.6.1 Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Perpindahan Merek. 30	
2.1.6.2 Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek	31
2.1.6.3 Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Ketidakpuasan	32
2.1.6.4 Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Ketidakpuasan ..	33
2.1.6.5 Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek.....	34
2.1.6.6 Mekanisme Mediasi Ketidakpuasan	35
2.1.7. Penelitian Terdahulu.....	36
2.2. Kerangka Berpikir.....	40
2.3. Hipotesis.....	41
BAB IIIMETODE PENELITIAN	43
3.1. Metode Penelitian.....	43
3.2. Operasional Variabel	44
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Sampel.....	49
3.4. Jenis dan Sumber Data	50
3.4.1. Jenis Data	50
3.4.2. Sumber Data.....	51

3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Uji Instrumen	53
3.6.1. Uji Validitas Konstruk.....	54
3.6.2. Uji Reliabilitas Konstruk	56
3.7. Teknik Analisis Data	57
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2. Uji SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	58
3.7.3. Uji Hipotesis	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Hasil Penelitian	69
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden	70
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	73
4.1.3.1 Gambaran Variabel Pengalaman Konsumen (X1)	73
4.1.3.2 Gambaran Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X2)	74
4.1.3.3 Gambaran Variabel Ketidakpuasan Konsumen (Z).....	75
4.1.3.4 Gambaran Variabel Perpindahan Merek (Y).....	76
4.1.4. Pengujian Asumsi SEM	77
4.1.4.1 Evaluasi Normalitas Data.....	77
4.1.4.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	78
4.1.4.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	82
4.1.4.4 Evaluasi Nilai Residual	83
4.1.5. Hasil Analisis Data dan Pengujian Model.....	84
4.1.5.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	84
4.1.5.2 Analisis Full Model SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>).....	88
4.1.6. Pengujian Hipotesis.....	90
4.2. Pembahasan.....	94
4.2.1. Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Perpindahan Merek.....	94

4.2.2. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek..	96
4.2.3. Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Ketidakpuasan	97
4.2.4. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Ketidakpuasan	99
4.2.5. Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek.....	100
4.2.6. Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Perpindahan Merek melalui Ketidakpuasan	101
4.2.7. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek melalui Ketidakpuasan	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Bedak Padat (2020-2024).....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Bedak Padat Toko Fajar Toserba Cigugur, Fajar Toserba Jalaksana, Ranzel Cosmetics Kuningan 2022 - 2024	2
Tabel 1.3 Hasil Kuisioner Pra-survei Perpindahan Merek Pengguna Pixy.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel	45
Tabel 3.2 <i>Reliability Construct</i> dan <i>Average Variance Extract</i>	54
Tabel 3.3 Model Persamaan Struktural	61
Tabel 3.4 Model Pengukuran	61
Tabel 3.5 <i>Goodness Of Fit</i>	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
Tabel 4.4 Indeks Pengalaman Konsumen	73
Tabel 4.5 Indeks Kebutuhan Mencari Variasi	74
Tabel 4.6 Indeks Ketidakpuasan Konsumen	75
Tabel 4.7 Indeks Perpindahan Merek.....	76
Tabel 4.8 <i>Assessment of Normality Assessment of normality (Group number 1)</i> .	77
Tabel 4.9 <i>Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)</i>	79
Tabel 4.10 <i>Sample Covariances (Group number 1)</i>	82
Tabel 4.11 <i>Sample Correlations (Group number 1)</i>	82
Tabel 4.12 <i>Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)</i>	83
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Kelayakan Model CFA Variabel Eksogen.....	85
Tabel 4.14 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	85
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Kelayakan Model CFA Variabel Endogen	86
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	87
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Kelayakan Setelah Modifikasi Full Model	89

Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	90
Tabel 4.19 <i>Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)</i>	91
Tabel 4.20 <i>Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)</i>	92
Tabel 4.21 <i>Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC) (Group number 1 - Default model)</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 3.1 Skala Pengukuran Interval	53
Gambar 3.2 Diagram Alur.....	60
Gambar 4.1 Produk Bedak Padat Pixy	69
Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	84
Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	86
Gambar 4.4 Analisis <i>Full Model</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Penelitian
Berita Acara Bimbingan
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuisisioner
Kuisisioner Penelitian
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuisisioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SEM AMOS Versi 23
- Lampiran V : Daftar Riwayat Hidup