

ABSTRAK

Pengaruh *Customer Expeirience* terhadap keinginan untuk membeli kembali adalah tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif. Ada peluang yang berbeda untuk setiap anggota populasi diambil sebagai sampel karena jumlah populasi tidak diketahui. Akibatnya, pengambilan sampel nonprobability digunakan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS untuk Windows. Instrumen pengukuran data menerapkan skala Likert. Penelitian ini melibatkan 100 orang Generasi Z yang merupakan pelanggan produk perawatan kulit Scarlett di Kota Bandung. Studi menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memengaruhi keinginan untuk membeli kembali.

Kata Kunci: *Customer Experience, Repurchase Intention, Skincare Scarket*