

# PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN

## PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

### GOFOOD DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Clara Audina

NIM : 23190195

Karya Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2023**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

# PENGESAHAN

## PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOFOOD DI JAKARTA

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Clara Audina**

**NIM : 23190195**

**Jakarta, 12 April 2023**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**



**(Dr. Abdullah Rakhman, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2023**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Clara Audina / 23190195 / 2022 / Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Jakarta / Pembimbing: Dr. Abdullah Rakhman, M.M.

Perkembangan teknologi dan internet menghantarkan usaha untuk beralih pada bisnis digital. Salah satunya layanan pesan antar makanan *online* di Indonesia yakni GoFood. Disisi lain, dengan adanya pertumbuhan bisnis layanan pesan antar makanan online ini membuat persaingan bisnis ini berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan menjadi hal terpenting bagi GoFood untuk terus maju dan mempertahankan menjadi nomor satu jasa layanan antar makanan. Hal ini menjadi tantangan bagi GoFood agar dapat memastikan layanan yang diberikan tetap berada pada persepsi positif di benak pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap layanan GoFood dan akan selalu bersedia untuk memilih layanan tersebut. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana cara perusahaan untuk menyusun strategi dalam pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Jakarta.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah fitur GoFood pada aplikasi Gojek. Penelitian ini dilakukan melalui komunikasi dengan subjek penelitian yaitu para pengguna GoFood di Jakarta layanan GoFood. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 190 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 20 For Windows*.

Hasil penelitian ini adalah pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

Clara Audina / 23190195 / 2022 / *The Influence of Customer Experience and Customer Satisfaction on GoFood Customer Loyalty in Jakarta* / Advisor: Dr. Abdullah Rakhman, M.M.

*The development of technology and the internet has led businesses to switch to digital business. One of them is the online food delivery service in Indonesia, namely GoFood. On the other hand, with the growth of this online food delivery service business, competition among businesses is racing to increase customer loyalty. Customer loyalty is the most important thing for GoFood to continue to advance and maintain its position as number one amidst competition from other online transportation services that also provide food delivery services. This is a challenge for GoFood to ensure that the services provided remain in a positive perception in the minds of consumers, so that consumers will feel satisfied with GoFood services and will always be willing to choose these services. This study aims to discover how companies develop strategies in terms of customer experience and customer satisfaction towards the loyalty of GoFood users in Jakarta.*

*The theory used to support this research is the theory of customer experience, customer satisfaction, and customer loyalty. In this study, customer experience and customer satisfaction is independent variables and customer loyalty is the dependent variable.*

*The object of this research is the GoFood feature in the Gojek application. This research was conducted through communication with research subjects, namely GoFood users in Jakarta, GoFood services. The data collection technique used in this study was communication by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 190 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with purposive sampling. The procedure used for model testing and data processing is a descriptive analysis model and multiple linear regression analysis using SPSS 20 For Windows software.*

*The results of this study are customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. This study concludes that all existing hypotheses have been proven to have a positive and significant effect.*

**Keywords:** *Customer Experience, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tak lepas atas bantuan dan dukungan serta doa secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Maka, dalam kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Abdullah Rakhman, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih Bapak Rakhman karena selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran ditengah kesibukan Bapak, terima kasih atas segala masukan dan sarannya dalam penulisan skripsi penulis, dan terima kasih atas motivasi yang bapak berikan selama penulis menyusun skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Mami dan Papi. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan doa yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 ini. Terima kasih telah menjadi semangat dan panutan bagi penulis semasa kuliah.
3. Kaka-kakak penulis, Claudia dan Clarisa. Terima kasih atas hiburan, bantuan, dan semangat kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
4. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswa dan telah banyak membimbing dan mengajar penulis selama menjalani perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Serta kepada pegawai dan staf sekretariat yang telah membantu penulis dalam hal administrasi selama menjalani perkuliahan.





5. Teman yang selalu memberikan dukungan untuk penulis dari masuk semester satu hingga selesai penyusunan skripsi, Briyanta Immanuel. Terima kasih untuk selalu ada dan selalu memberikan semangat untuk penulis
6. Untuk teman-teman masa kuliah yang banyak menghabiskan waktu bersama dengan penulis Natalia, Shania, Fellysia, Friesca, Theresia, Jocel, Billy, Wawan. Terima kasih sudah menjadi teman disaat belum kenal siapapun dan selalu ada waktu untuk cerita.
7. Untuk teman-teman Seed Advisory yang selalu memberi motivasi sejak awal pembuatan skripsi penulis.
8. Teman-teman SMA penulis, Janice, Cindy, Pidel, Majes, Gitta, dan Yollan yang selalu jadi tempat cerita suka duka pembuatan skripsi, terima kasih untuk kalian. Sampai bertemu di wisuda masing-masing.
9. Untuk seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Manajemen angkatan 2019. Terima kasih atas kebersamaannya dan kenangan yang telah dilalui bersama di setiap kelas selama masa kuliah ini. Tetap semangat dan terus berjuang untuk menyelesaikan skripsi.  
Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Maka, peneliti sangat mengharapkan adanya kritik yang membangun serta saran agar kualitas dari penelitian ini dapat menjadi lebih baik kedepannya. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Manajemen.

Jakarta, 12 April 2023

Penulis

Clara Audina

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Batasan Masalah .....	13
D. Batasan Penelitian .....	14
E. Rumusan Masalah .....	14
F. Tujuan Penelitian.....	14
G. Manfaat Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16
A. Landasan Teoritis .....	16
1. Pengalaman Pelanggan .....	16
2. Kepuasan Pelanggan .....	19
3. Loyalitas Pelanggan.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran .....	33
D. Hipotesis .....	35
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Objek Penelitian .....	36
B. Desain Penelitian .....	36
C. Variabel Penelitian .....	38
1. Variabel Independen .....	39
2. Variabel Dependen .....	40
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Analisis Data .....	43





1.	Uji Validitas .....	44
2.	Uji Reliabilitas .....	45
3.	Analisis Deskriptif .....	46
4.	Uji Asumsi Klasik.....	49
5.	Analisis Regresi Berganda.....	51
6.	Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	51
7.	Uji Parsial (Uji t).....	52
8.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....</b>		<b>54</b>
<b>B. Analisis Deskriptif.....</b>		<b>56</b>
1.	Persentase Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Fitur Gofood.....	56
2.	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Pengguna Layanan Gofood Memesan Minimal Tiga Kali Dalam Satu Bulan .....	56
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
4.	Analisis Profil Responden .....	58
5.	Analisis Variabel.....	60
6.	Analisis Regresi .....	65
<b>C. Hasil Penelitian.....</b>		<b>67</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>		<b>68</b>
1.	Pengalaman Pelanggan .....	68
2.	Kepuasan Pelanggan .....	69
3.	Loyalitas Pelanggan.....	69
4.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	70
5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>74</b>
<b>A. Simpulan.....</b>		<b>74</b>
<b>B. Saran .....</b>		<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>80</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Pengalaman Pelanggan.....	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	40
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas pelanggan.....	41
Tabel 3.4 Skor Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Persentase Responden berdasarkan pernah menggunakan fitur GoFood.....	56
Tabel 4.2 Persentase Responden berdasarkan pengalaman pengguna layanan Gofood Memesan minimal tiga kali dalam satu bulan .....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	60
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	59
Tabel 4.8 Skor Rata-rata Variabel Pengalaman Pelanggan.....	60
Tabel 4.9 Skor Rata-rata Variabel Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4.10 Skor Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Residual.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Kesesuaian Model (Uji F).....	66
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Januari 2021 oleh Hootsuite .....	1
Gambar 1.2	Diagram Frekuensi penggunaan Jasa Transportasi Online.....	3
Gambar 1.3	Persentase Aplikasi Transportasi Online di Jabodetabek .....	4
Gambar 1.4	Rata-Rata Metode Memesan Makanan Siap Santap Selama Seminggu.....	5
Gambar 1.5	Data Persentase pengguna Internet yang Pakai Aplikasi Pesan-Antar Makanan .....	6
Gambar 1.6	Tingkat Keunggulan Layanan Go Food, GrabFood, dan Shopee Food .....	7
Gambar 2.1	Diagram Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1	Logo Gojek .....	55
Gambar 4.2	Logo GoFood.....	55



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	82
Lampiran 2 Bukti Pembagian Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Hasil Data Kuesioner .....	87
Lampiran 4 Hasil Output .....	102
Lampiran 5 Data Profile .....	105
Lampiran 6 Hasil Output Profil Responden .....	111
Lampiran 7 Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....	113
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi.....	120
Lampiran 9 Komentar Pelanggan Gofood.....	122

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.