



SKRIPSI



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PELANGGAN KAFE CARIBBE
JAKARTA PUSAT)**

NAMA : AUSTIN NATHANAEL

NIM: 70200196



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

SCHOOL OF BUSINESS - JAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PELANGGAN KAFE CARIBEE
JAKARTA PUSAT)**

Telah dipersiapkan dan disusun oleh :

NAMA : AUSTIN NATHANAEL

NIM: 70200196

Jakarta, 17 April 2024

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing


(SUPRIYANTO, S.A.B.,M.Si)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024



ABSTRAK

Austin Nathanael / 70200196 / Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada kafe Caribe / Pembimbing: Supriyanto, S.A.B., M.Si.

Internet merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi moderna yang mampu mengubah cara dalam berinteraksi dalam komunikasi pemasaran dari *face to face* (konvensional) menjadi *screen to face* (*digital marketing*). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2023 mengatakan bahwasannya penyedia usaha makanan dan minuman berdasarkan lokasinya, Mall/pertokoan yaitu sebesar 50,35% lalu mengikuti urutan kedua yaitu usaha lainnya sebesar 19,44%, Mengikuti urutan ketiga adalah kawasan industri sebesar 15,91%.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Obyek penelitian ini adalah pelanggan kaffe Caribe. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi. Oleh karena itu, kuesioner *online* disebar melalui media *Google form* sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan atau membeli produk di kaffe Caribe. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan SmartPLS 3.0 dan SPSS 20.

Output yang dihasilkan menunjukan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah tiga dari empat hipotesis di terima dengan bukti positif dan signifikan yaitu, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan serta pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan 1 hipotesis di tolak dengan dengan bukti hasil analisis positif dan tidak signifikan yaitu hubungan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung.

Kata kunci: umkm, pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

© Austin Nathanael / 70200196 / *The Influence of Customer Experience on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Caribbe caffe / Supervisor: Supriyanto, S.A.B., M.Si.*

The internet is one of the impacts of the development of modern technology which is able to change the way of interacting in marketing communications from face to face (conventional) to screen to face (digital marketing). Based on data from the Indonesian Central Bureau of Statistics in 2023, food and beverage business providers based on location are malls/shops at 50.35%, followed by second place, namely other businesses at 19.44%. Following third place are industrial areas at 15, 91%.

The theory used to support this writing is the definition of customer experience, customer satisfaction and customer loyalty. Then it is supported by theory regarding the relationship between customer experience and customer satisfaction, customer satisfaction and customer loyalty, customer experience with customer loyalty and customer experience with customer loyalty through customer satisfaction.

The object of this research is the customers of the Caribbe cafe. The data collection method in this research uses the communication method. Therefore, an online questionnaire was distributed via Google form to 100 respondents who had used or purchased products at the Caribbe cafe. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model using SmartPLS 3.0 and SPSS 20.

The resulting output shows that customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer experience has a positive and not significant direct effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty and customer experience has an indirect positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

The conclusion of this research is that three of the four hypotheses are accepted with positive and significant evidence, namely, customer experience towards customer satisfaction, customer experience towards customer loyalty and customer experience towards customer loyalty through customer satisfaction and 1 hypothesis is rejected with evidence of positive analysis results and not significant, namely the relationship between customer experience and customer loyalty directly.

Keywords: MSMEs, customer experience, customer satisfaction and customer loyalty.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© 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.

KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah memberikan saya berkat dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi di kaffe Caribbe – Jakarta Pusat.

Skripsi ini sengaja dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas mata kuliah skripsi di jurusan Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan nilai persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kaffe Caribbe.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan rasa hormat serta terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu.

Pihak-pihak yang ada berkaitan dengan laporan ini diantaranya sebagai berikut :

1. Supriyanto, S.A.B., M.Si. , selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Ibu Jessica selaku owner kaffe Caribbe
3. Seluruh karyawan kaffe Caribbe
4. Orang tua serta teman-teman yang telah mendukung proses mentoring sampai dengan selesai.

Susunan skripsi ini telah dibuat dengan sebaik-baiknya dan semaksimalnya, tetapi saya menyadari masih banyak kekurangan didalamnya.

Jakarta, ... April 2024

Penulis

Austin Nathanael



DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Batasan Penelitian	5
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian	6
G. Manfaat Penelitian	6
a. Manfaat Teoritis	6
b. Manfaat Praktif.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teoritis.....	8
1 Pengalaman Pelanggan	8
2 Kepuasan Pelanggan	12
3 Loyalitas Pelanggan.....	17
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian	33
C. Variabel Penelitian.....	35
D. Teknik Pengambilan Sampel	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen.....	39
2. Evaluasi <i>Outher Model</i>	40
3. Evaluasi <i>Inner Model</i>	40
4. Metode Analisis Data	41

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

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.



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.

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

Institat Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
B. Analisis Deskriptif	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	47
3. Profil Responden	48
3.1 Presentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
3.2 Presentase Responden berdasarkan Usia	48
3.3 Presentase Responden berdasarkan Pekerjaan	49
3.4 Presentase Responden berdasarkan Pendidikan.....	49
3.5 Presentase Responden berdasarkan Penghasilan	50
4. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian	50
4.1 Tanggapan Pelanggan Mengenai Pengalaman Pelanggan	51
4.2 Tanggapan Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan	57
4.3 Tanggapan Pelanggan Mengenai Loyalitas Pelanggan	63
5. Hasil Analisis Model Strukturan	69
5.1 Hasil Pengujian <i>Outher Model</i> Variabel Penelitian	69
5.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> Struktur	
Hubungan Bariabel Penelitian	72
6. Pengujian Hipotesis Penelitian	74
7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
7.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan.....	79
7.2 Pengaruh Pengalaman Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	80
7.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	82
7.4 Pengaruh Pengalaman Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	
melalui Kepuasan Pelanggan	83

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	85
B. Saran	86

Daftar Pustaka	88
-----------------------------	-----------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran penelitian	32
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	44
Gambar 4.2 Tampilan Output PLS-SEM <i>Alogaritm</i>	75
Gambar 4.3 Tampilan Output PLS-SEM <i>Bootstraping</i>	77

- 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.



DAFTAR TABEL



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Milik Kwik Kian Gie
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 1.1 Selisih Data Lokasi Usaha BPS Tahun 2023	2
Tabel 1.2 Rekapitulasi Penjualan Produk Makanan Kafe Caribbe /Tahun.....	3
Tabel 1.3 Kepuasan Pelanggan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Pengalaman Pelanggan	36
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 3.3 Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan	38
Tabel 4.1 Pengujian Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan	45
Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4.3 Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.5 Presentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.6 Presentase Responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4.7 Presentase Responden berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.8 Presentase Responden berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.9 Presentase Responden berdasarkan Penghasilan	50
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pengalaman Pelanggan.....	52
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Outher Model</i> Validitas Variabel Penelitian.....	70
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Outher Model</i> Reliabilitas Variabel Penelitian....	72
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> Variabel Penelitian.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	78

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.