

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Konsumen Gojek di Yogyakarta)**

***EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND EXPERIENTIAL MARKETING
TO CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE
(Study on Gojek Yogyakarta Consumers)***



Oleh

Muhammad Fitra Rahmadhani

20200410201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Konsumen Gojek di Yogyakarta)**

***EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND EXPERIENTIAL MARKETING
TO CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE
(Study on Gojek Yogyakarta Consumers)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
Muhammad Fitra Rahmadhani
20200410201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Fitra Rahmadhani

Nomor Mahasiswa : 20200410201

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi pada Konsumen Gojek di Yogyakarta)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 3 Januari 2024



Muhammad Fitra Rahmadhani

PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang saya rasakan hingga saat ini tentunya ada dari berbagai macam dukungan yang saya dapatkan, sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Dengan hormat dan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua yang saya cintai dan selalu saya banggakan yaitu Bapak Muhammad Suroso dan Ibu Suryantini yang selalu memberikan doa dan telah banyak membantu baik dukungan dana serta dukungan moril kepada anaknya untuk dapat mendapatkan gelar S1 Manajemen. Semoga Fitra dapat membalas jasa bapak dan ibu secepatnya, aamiin. Terima kasih dari hati yang paling dalam atas cinta dan kasih sayang yang tucurahkan dan tak akan pernah ada hentinya. Pencapaian ini adalah salah satu persembahan istimewa saya untuk kalian, atas kerja keras dan kerjasamanya selama ini.
2. Anggota keluarga terdekat saya yaitu: Mba Dita, Mas Nopi, Dhika, Doni, serta Putri. Terima kasih telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
3. Semua teman-teman kuliah yang dari awal telah menerima kehadiran saya dan kebersamai saya dalam setiap proses perkuliahan, yaitu: Avicenna, Alan, Ariq, Rizqy, Ridwan, Iqbal, Hasbi, Satria, Ramadika, dan semua temen-teman kelas E yang tidak dapat sebutkan semuanya. Terima kasih telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat serta memberikan kesemoatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Nilai Pelanggan dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada konsumen Gojek di Yogyakarta)." Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan penulis, walaupun dengan adanya segala keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam proses penulisan ini:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan tenaga yang luar biasa dalam memberikan arahan dan bimbingan

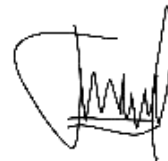
selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.

4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat selama proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan kontribusi untuk pengembangan penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mengatasi segala kelemahan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, diharapkan bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 3 Januari 2024

Penulis



Muhammad Fitra Rahmadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Kepuasan Pelanggan	13
2. Loyalitas Pelanggan	15
3. Nilai Pelanggan	17
4. <i>Experiential Marketing</i>	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21

C. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	37
4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	39
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	40
6. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	44
7. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	45
D. Model Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Objek dan Subjek Penelitian	48
B. Jenis Data	48
C. Teknik Pengambilan Sampel	49
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Definisi Operasional Variabel	52
1. Variabel Eksogen.....	52
2. Variabel Perantara (<i>intervening variable</i>)	52
3. Variabel Endogen	53
F. Uji Kualitas Instrumen	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	58
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	67
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	68

B. Uji Kualitas Instrumen	71
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	73
C. Hasil Penelitian	74
1. Analisis Deskriptif	74
2. Analisis SEM	79
D. Uji Hipotesis	89
E. Pembahasan	94
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	101
A. Simpulan	101
B. Keterbatasan	104
C. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Riset Terdahulu.....	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Hipotesis 1	33
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Hipotesis 2	35
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Hipotesis 3	38
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu Hipotesis 4	39
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu Hipotesis 5	40
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu Hipotesis 6	44
Tabel 2. 8 Penelitian Terdahulu Hipotesis 7	45
Tabel 3. 1 Skala Likert	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	53
Tabel 3. 3 Uji <i>Goodness of fit</i>	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Data Responden	69
Tabel 4. 2 Uji Validitas	72
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 4 Kategori Penilaian.....	75
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Nilai Pelanggan.....	75
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	76
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Data.....	82
Tabel 4. 10 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Outliers</i>	83
Tabel 4. 12 Hasil Identifikasi Model.....	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness of Fit.....	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Aplikasi Transportasi Online	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	47
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	80
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2: Hasil Tabulasi Data, Syarat Responden dan Identitas Responden	115
Lampiran 3: Statistik Deskriptif.....	126
Lampiran 4: Uji Kualitas Instrumen	127
Lampiran 5: Hasil Olah Data	129
Lampiran 6: Hasil Turnitin.....	135