

***PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA EAT SAMBEL  
(Studi pada Pembeli Produk Eat Sambal di Platform Shopee Indonesia)***



Oleh

Rofiq Firdaus

NIM. 20200410021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA TAHUN AJARAN**

**2024**

***PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA EAT SAMBEL***

*(Studi pada Pembeli Produk Eat Sambal di Platform Shopee Indonesia)*

*THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE AND SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A  
MEDIATION VARIABLE ON EAT SAMBEL*

*(Study on buyer of Eat Sambal Product on the Shopee Indonesia Platform)*

**SKRIPSI**

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



Oleh

Rofiq Firdaus, NIM. 20200410021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA TAHUN AJARAN**

**2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rofiq Firdaus

Nomor Mahasiswa : 20200410021

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “*PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA EAT SAMBEL*” (Studi pada Pembeli Produk Eat Sambal di Platform Shopee Indonesia) 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 diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi serta sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan tidak diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 5 September 2024

  
Rofiq Firdaus



## **MOTTO**

“Life is choice”

“Hidup yang saya lalui, dari kecil hingga sekarang, dan dimasa yang akan saya lalui di masa kedepannya, itu akan saya hadapi dengan pilihan saya dengan tanggungjawab sesuai dengan pilihan saya”

(Rofiq Firdaus)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan lancar. Saya persembahkan skripsi ini untuk seluruh pihak yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasi yang tiada henti sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan tanpa henti. Segala jerih payah dan pengorbanan kalian menjadi sumber kekuatan bagi saya dalam menyelesaikan studi ini.
2. Dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing serta memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini, terimakasih atas ilmu, nasihat dan bimbingan yang telah diberikan
3. Sahabat, kawan, serta orang-orang terdekat dan tercinta saya, Vinna, Surya, Arief, Frenas, Luthfiaze, Raditya, yang ada dalam langkah perjuangan, dan memberikan semangat serta menjadi tempat berbagi dalam suka dan duka, dan tak lelah memberikan dukungan moral, dan menjadi teman diskusi yang berharga dalam proses ini, dan membantu dalam penulisan serta mengajari saya dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala do'a, dukungan, dan pengorbanan kalian dibalas dengan keberkahan oleh Allah SWT.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Experience Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Eat Sambel,(Studi pada Pembeli Produk Eat Sambel di Platform Shopee Indonesia).” Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana. Pemilihan topik ini diharapkan dapat memberikan saran bagi toko atau bisnis sambal kemasan, dalam pengelolaan bisnis mereka, memahami dinamika dunia trhift, serta memberikan informasi kepada mahasiswa dan masyarakat umum mengenai sambal kemasan Eat Sambel, sekaligus menjadi refrensi bagi penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas dukungan dan arahnya.
2. Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas bimbingannya selama proses studi.
3. Bapak Radian Dananjoyo, SE., MM., M.Sc., Ph.D., selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan arahan dan masukan berharga selama penyusunan karya ini.
4. Kepada ayah, ibu, dan keluarga, yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tak henti-hentinya.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, dan segala kekurangan adalah milik saya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi semua yang membacanya.

# DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	iii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>INTISARI</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II</b> .....	10
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>A. Kerangka Teori</b> .....	10
<b>B. Definisi Konseptual</b> .....	11
<b>C. Temuan Penelitian Terdahulu (Pengembangan Hipotesa)</b> .....	21
<b>D. Hubungan Antar Variabel</b> .....	33
<b>E. Model Penelitian</b> .....	47
<b>BAB III</b> .....	48
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	48
<b>A. Pendekatan Penelitian</b> .....	48
<b>B. Obyek dan Subyek Penelitian</b> .....	48
<b>C. Jenis Data</b> .....	49

D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
F.	Identifikasi Variabel.....	53
G.	Definisi Operasional.....	54
H.	Uji Kualitas Instrumen.....	55
I.	Metode Analisis Data dan Hipotesis.....	57
<b>BAB IV</b>	.....	<b>63</b>
	<b>HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	63
B.	Karakteristik Responden.....	64
C.	Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	67
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	73
E.	Pengujian hipotesis.....	92
F.	Pembahasan.....	99
<b>BAB V</b>	.....	<b>111</b>
	<b>KESIMPULAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>111</b>
A.	Simpulan.....	111
B.	Keterbatasa penelitian.....	113
C.	Saran.....	114
	<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>115</b>
	<b>Lampiran.....</b>	<b>122</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	1 tabel temuan penelitian terdahulu .....	21
Tabel 2.2	1 hubungan antar variable brand experience terhadap kepuasan pelanggan .....	34
Tabel 2.3	1 hubungan antar variable kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan .....	35
Tabel 2.4	1 Hubungan antar variable kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan .....	37
Tabel 2.5	1 Hubungan antar variable brand experience terhadap loyalitas pelanggan	39
Tabel 2.6	1 Hubungan antar variable kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.	41
Tabel 2.7	1 Hubungan antar variable brand experience terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan .....	43
Tabel 2.8	1 Hubungan antar variable kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan .....	45
Tabel 3.1	1 Tabel skala likert .....	53
Tabel 3.2	1 Tabel indicator variable penelitian .....	55
<b>Tabel 3.3</b>	<b>1 Tabel goodness of fit indices.....</b>	<b>61</b>
Tabel 4.1	1 Demografis Responden .....	65
Tabel 4.2	1 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.3	1 Hasil Uji Reliable .....	68
Tabel 4.4	1 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.5	1 Hasil Pengujian Outliners.....	78
Tabel 4.6	1 Identifikasi Model Struktural .....	85
Tabel 4.7	1 Menilai Goodness of Fit.....	86
Tabel 4.8	1 Hasil RMSEA.....	87
Tabel 4.9	1 Hasil GFI.....	88
Tabel 4.10	1 Hasil AGFI .....	88
Tabel 4.11	1 Hasil CMIN/DF .....	89
Tabel 4.12	1 Hasil TLI .....	90
Tabel 4.13	1 Hasil CFI .....	91
Tabel 4.14	1 Hasil Pengujian Hipotesis .....	92
Tabel 4.15	2 Uji hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	95
Tabel 4.16	1 Pengaruh Langsung .....	96
Tabel 4.17	1 Pengaruh Tidak Langsung.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1 Kunjungan E-commerce Periode 2021-2023 .....	2
Gambar 1.2	2 Grafik Yang Menunjukkan Jumlah Pengikut Toko Sambal di Shopee. 22 Februari 2024 .....	4
Gambar 2.1.1.	Model Penelitian.....	47
Gambar 4.1	4 Persamaan Struktural.....	73
Gambar 4.2	5 Persamaan Struktural.....	74
Gambar 4.3	6 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	78