

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEPUASAN
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

(STUDI PADA PENGGUNA GOJEK DI SEMARANG)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir
untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika
dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang**



Oleh:

**Nama : Eunike Madinda Pangestu
NIM : 16.05.61.0011
Program Studi : S.1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEPUASAN PELANGGAN
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
(STUDI PADA PENGGUNA GOJEK DI SEMARANG)**

Oleh :
Eunike Madinda Pangestu
NIM : 16.05.61.0010
Program Studi S.1 Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 12 Februari 2020

Dosen Pembimbing



Bambang Sutedjo, Drs., M.M

NIDN : 0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PENGGUNA GOJEK DI SEMARANG)

Oleh :

Eunike Madinda Pangestu


NIM : 16.05.61.0011

Program Studi Strata 1 (S.1) Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 22 Februari 2019

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

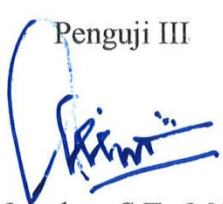
Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)


Drs. Bambang Sutedjo, M.M
(NIDN. 0628036101)

Penguji II


Sri Sudarsi, SE.M.Si
(NIDN. 0616096301)

Penguji III


Ali Maskur, S.E., M.Kom
(NIDN. 0618076401)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis


Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si
(NIDN. 0027037101)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda yangan dibawah ini saya:

Nama : Eunike Madinda Pangestu

Nim : 16.05.61.0011

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul:

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PENGGUNA GOJEK DI SEMARANG)

tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sabagi tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajaukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang,

Yang menyatakan,



(Eunike Madinda Pangestu)

MOTTO :

“Percaya pada diri sendiri, jangan bergantung pada orang lain. Penyemangat terbesar dalam hidupmu adalah dirimu”

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut,tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi jangan mudah menyerah”

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku” (Filipi 4:13)

“Jangan seorangpun menganggap kamu rendah karena engkau muda. Jadilah teladan bagi orang-orang percaya, dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu,dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu” (1 Timotius 4:12)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Saya persembahkan kepada:

1. Teruntuk Orang Tua saya yang tercinta, Mama, Bapak, Ibu Eny, Pak Wawan serta Nenek terimakasih senantiasa memberikan Doa dorongan, dan dukungannya selama ini. Aku bisa sekuat ini karena kalian.
2. Kakak-kakak ku Mba Ina, Mba V3, Ms Ipung, Ms Fikrika Hanafi keluarga dan saudara yang sudah mendukungku.
3. Kepada teman dan sahabatku yang selalu mendukungku, memberikan motivasi dan membantuku dalam pengerjaan skripsi RR.Hanif mahatma larasati, Fira, Lisa, Mb Asri, Mb wahyu terimakasih sudah bersedia mendengarkan segala keluh kesahku selama ini dan memberiku dukungan serta semangat.
4. Untuk Bernardus Eko Budi Kristiono terimakasih sudah mau menemaniku, yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesahku, menyemangatiku saat aku sangat lelah, dan memberiku dukungan penuh, terimakasih untuk waktu dan doa-doanya.
5. Teman-teman kelas JSM Manajemen, Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Terimakasih untuk semuanya.



(Eunike Madinda Pangestu)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Customer experience* kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap Minat beli ulang pada pengguna aplikasi Gojek di kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Kriteria yang digunakan adalah pernah menggunakan aplikasi Gojek di Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier dengan pengolahan data menggunakan SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience*, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang.

Kata kunci : *Customer experience*, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

This study aims to determine the customer experience, customer satisfaction, customer confidence in repurchase interest in Gojek application users in the city of Semarang. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique. The criterion used was to use the Gojek application in Semarang. The number of samples used in this study were 125 respondents. This study uses linear regression analysis techniques with data processing using SPSS 22.0.

The results of this study indicate that customer experience, customer satisfaction, customer trust have a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords: Customer experience, Customer Satisfaction, Customer Trust, Repurchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada pengguna aplikasi Gojek di Semarang)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian daam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H. M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Drs. Euis Sholihah selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini.
3. Dr. Sri Sudarsi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Dr. Bambang Sutedjo selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan dan pengetahuannya yang ada pada diri penulis. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangatlah penulis harapkan dari semua pihak.

Sebagai akhir kata penulis berharap semoga peneliti ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi serta pihak-pihak lain yang melakukan penelitian dalam bidang ekonomi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 <i>Customer Experience</i>	10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.1.4 Kepercayaan Pelanggan	24
2.1.5 Minat Beli Ulang	27
2.2 Kajian Peneliti Terdahulu	32
2.3 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	33
2.3.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang	34
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang	36

2.4	Model Penelitian.....	37
2.4.1	Model Grafis.....	37
2.4.2	Model Matematis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	39
3.2	Populasi.....	39
3.3	Sampel.....	39
3.4	Jenis Dan Sumber Data.....	40
3.4.1	Sumber Data.....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Definisi Konsep,Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	41
3.6.1	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.2	Uji Instrument.....	44
3.6.2.1	Uji Validitas.....	44
3.6.2.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.6.4	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	46
3.6.5	Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	46
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi(<i>Adjusted R²</i>).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Data Penelitian.....	48
4.1.1	Identitas Responden.....	49
4.1.2	Deskripsi Variabel.....	51
4.2	Uji Instrument.....	54
4.2.1	Uji Validitas.....	55
4.2.2	Uji Reabilitas.....	57
4.3	Analisis Data.....	58
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	60
4.3.3	Analisis Uji F.....	60
4.3.4	Analisis Uji t.....	61

4.4	Pembahasan	62
4.4.1	<i>Customer Experience</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang	62
4.4.2	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang	63
4.4.3	Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang.....	66
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI		
5.1	Kesimpulan Penelitian	67
5.2	Keterbatasan Penelitian	68
5.3	Implikasi Penelitian	68
5.3.1	Implikasi Teoritis.....	68
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TopBrand Index	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan definisi Operasional	43
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Identitas Responden	49
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Model Grafis	37
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Draft Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden.....
Lampiran 3	HasilTabulasi.....
Lampiran 4	Hasil Olah Data Deskriptif Responden
Lampiran 5	Hasil Olah Data Deskripsi Variabel
Lampiran 6	Hasil Olah Data Uji Validitas
Lampiran 7	Hasil Olah Data Uji Reliabilitas
Lampiran 8	Hasil Uji Regresi