

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Pengguna *ShopeeFood* Di Kota Bekasi)

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION***

(Case Study on ShopeeFood Users in Bekasi City)

Oleh

Choirun Nabila Putri

2018410175

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Pengguna *ShopeeFood* Di Kota Bekasi)

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION***

(Case Study on ShopeeFood Users in Bekasi City)

Oleh :

Choirun Nabila Putri

2018410174

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada.**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 15 Agustus 2022

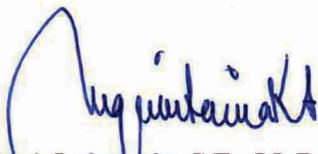
Jakarta, 15 Agustus 2022



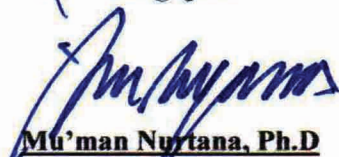
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M
Pembimbing**



**Drs. Fauzi Baisyir, MM
Penguji I**



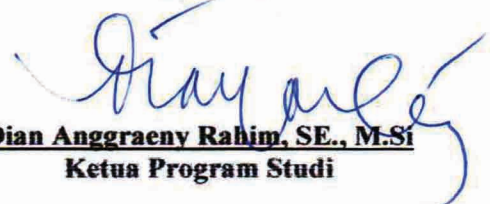
**Melani Quintania, S.E., M. Pd
Penguji II**



**Mu'man Nurtana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M
Penguji III**



**Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si
Ketua Program Studi**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Choirun Nabila Putri

NIM : 2018410175

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada pengguna *ShopeeFood* di Kota Bekasi). Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan di hadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 28 Juli 2022

Mengetahui,

Mengetahui,

Dian Anggraeny Rahim, S.E. M.Si.

Ellena Nurfazria Handayani S.E. M.M

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Choirun Nabila Putri

NIM : 2018410175

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna *ShopeeFood* Di Kota Bekasi)** yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Jakarta, 28 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Choirun Nabila Putri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *ShopeeFood* di Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara kuesioner kepada 100 responden pengguna aplikasi *ShopeeFood* dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) dan secara parsial (Uji T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan (simultan) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari taraf probabilitas (α) = 0,05 dengan R Square 0,745. Adapun rumus persamaan regresi yang di dapat adalah $Y = 2,813 + 0,529X_1 + 0,253X_2$, dari persamaan tersebut yang artinya arah pengaruhnya positif atau searah. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik penambahan tingkat kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of customer experience and service quality on consumer satisfaction for shopeefood users in Bekasi City. This research was conducted using a data collection method by means of a questionnaire to 100 respondents using the ShopeeFood application within the last 3 months. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tool used is multiple linear regression analysis, hypothesis testing simultaneously (F test) and partially (T test).

The results of this study indicate that the variable customer experience and overall service quality (simultaneously) have an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the significant value (0.000) smaller than the probability level (α) = 0.05 with R Square 0.745. The regression equation formula that can be obtained is $Y = 2.813 + 0.529X_1 + 0.253X_2$, from the equation, which means the direction of the influence is positive or unidirectional. The better the value of the multiple regression coefficient, the better the increase in the level of consumer satisfaction.

Keywords : *Customer Experience, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”** yang bertujuan untuk melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya atas doa, dukungan, dan bantuan dari semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang telah membantu dukungan baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Melani Quintania, S.E., M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dian Anggraeny, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.

7. Untuk teman – teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama proses pembuatan Skripsi ini.
9. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Demikian skripsi ini dibuat penulis, berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 28 Juli 2022

Choirun Nabila Putri

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	13
2.1.4 Pemasaran Jasa	14
2.1.5 Perilaku Konsumen	16

2.1.6	Pengalaman Pelanggan	20
2.1.7	Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.8	Kepuasan Konsumen	33
2.2	Penelitian Terdahulu.....	42
2.3	Kerangka Pemikiran	47
2.4	Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Metode Yang Digunakan.....	49
3.2	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	49
3.3	Operasionalisasi Variabel	50
3.4	Sumber Dan Cara Penentuan Data	57
3.4.1	Sumber Data dan Jenis Penelitian.....	57
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	61
3.6.1	Uji Keabsahan Data	62
3.6.2	Alat Analisis Data.....	66
3.6.3	Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1	Sejarah Shopee (<i>ShopeeFood</i>)	71
4.1.2	Visi dan Misi shopee (<i>ShopeeFood</i>)	72
4.2	Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden.....	73
4.2.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ...	73
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia	74
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	74
4.2.4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	75
4.2.5	Karakteristik responden berdasarkan rata – rata	

	pengeluaran perbulan	76
4.2.6	Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menggunakan layanan <i>ShopeeFood</i>	76
4.2.7	Karakteristik responden berdasarkan berapa kali pakai <i>ShopeeFood</i> dalam 1 bulan	77
4.2.8	Karakteristik responden berdasarkan berapa pengeluaran rata – rata perbulan anda untuk makanan/minuman di <i>ShopeeFood</i>	78
4.2.9	Karakteristik responden berdasarkan alasan mengapa menggunakan layanan <i>ShopeeFood</i>	79
4.3	Deskripsi variabel penelitian.....	80
4.3.1	Variabel pengalaman pelanggan	80
4.3.2	Variabel kualitas pelayanan	92
4.3.3	Variabel kepuasan konsumen	103
4.4	Uji keabsahan data	113
4.5	Uji asumsi klasik.....	116
4.6	Analisis regresi linier berganda.....	121
4.7	Uji hipotesis	124
4.8	Pembahasan dan pemecahan masalah.....	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		131
5.1	Kesimpulan	131
5.2	Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA		134
LAMPIRAN.....		137

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Ulasan Pengguna <i>ShopeeFood</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2 Skala Likert	59
Tabel 3.3 Rentang Skala	61
Tabel 3.4 Kriteria Pengujian Autokorelasi Durbin Watson	65
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi	66
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Rata – Rata Pengeluaran Perbulan	76
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menggunakan Layanan <i>ShopeeFood</i>	77
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Pakai <i>ShopeeFood</i> Dalam 1 Bulan	78
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Pengeluaran Rata-Rata Perbulan Anda Untuk Makanan/Minuman Di <i>ShopeeFood</i>	79

Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Menggunakan Layanan <i>ShopeeFood</i>	80
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Sense</i> Pertanyaan 1....	81
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Sense</i> Pertanyaan 2....	81
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Sense</i> Pertanyaan 3....	82
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Feel</i> Pertanyaan 1.....	83
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Feel</i> Pertanyaan 2.....	84
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Feel</i> Pertanyaan 3.....	84
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Think</i> Pertanyaan 1....	85
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Think</i> Pertanyaan 2....	86
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Think</i> Pertanyaan 3....	87
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Act</i> Pertanyaan 1	87
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Act</i> Pertanyaan 2	88
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Act</i> Pertanyaan 3	89
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Relate</i> Pertanyaan 1... 90	
Table 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Relate</i> Pertanyaan 2... 90	
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Relate</i> Pertanyaan 3... 91	
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i>	
Pertanyaan 1	92
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i>	
Pertanyaan 2	93

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i>	
Pertanyaan 3	94
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reability</i>	
Pertanyaan 1	95
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reability</i>	
Pertanyaan 2	95
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reability</i>	
Pertanyaan 3	96
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i>	
Pertanyaan 1	97
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i>	
Pertanyaan 2	97
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i>	
Pertanyaan 3	98
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i>	
Pertanyaan 1	99
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i>	
Pertanyaan 2	100
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i>	
Pertanyaan 3	100

Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emphaty</i>	
Pertanyaan 1	101
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emphaty</i>	
Pertanyaan 2	102
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emphaty</i>	
Pertanyaan 3	103
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Performance</i>	
Pertanyaan 1	104
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Performance</i>	
Pertanyaan 2	104
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Performance</i>	
Pertanyaan 3	105
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Service</i>	
Pertanyaan 1	106
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Service</i>	
Pertanyaan 2	107
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Service</i>	
Pertanyaan 3	107
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Price</i> Pertanyaan 1	108
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Price</i> Pertanyaan 2	109
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Price</i> Pertanyaan 3	110

Tabel 4.49 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emotional Factors</i>	
Pertanyaan 1	110
Tabel 4.50 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emotional Factors</i>	
Pertanyaan 2	111
Tabel 4.51 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emotional Factors</i>	
Pertanyaan 3	112
Tabel 4.52 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	113
Tabel 4.53 Hasil Uji Reliabilitas	115
Tabel 4.54 Hasil Uji Normalitas	117
Tabel 4.55 Hasil Uji Multikolinieritas	119
Tabel 4.56 Hasil Uji Autokorelasi	121
Tabel 4.57 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	122
Tabel 4.58 Hasil Koefisien Korelasi Ganda	123
Tabel 4.59 Hasil Koefisien Determinasi	123
Tabel 4.60 Hasil Parameter Uji F	124
Tabel 4.61 Hasil Parameter Uji T	125
Tabel 4.62 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	128

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> di Asia 2020.....	2
Gambar 1.2 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan 2020	3
Gambar 1.3 Grafik Pengguna <i>ShopeeFood</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	48
Gambar 4.1 Logo <i>ShopeeFood</i>	72
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	117
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	138
Lampiran 2 Data Daftar Profil Responden Kuesioner Penelitian	147
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Pengalaman Pelanggan.....	154
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan	158
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen	162
Lampiran 6 T Tabel.....	166
Lampiran 7 F Tabel.....	168
Lampiran 8 R Tabel	171
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan	173
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	175
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	177
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	179
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	180
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Data	182
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	183
Lampiran 16 Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian	184
Lampiran 17 Ulasan Komentar Pengguna <i>ShopeeFood</i>	185
Lampiran 18 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi.....	190
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	192