

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *BRAND SWITCHING*
(Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite
di Kota DKI Jakarta)**

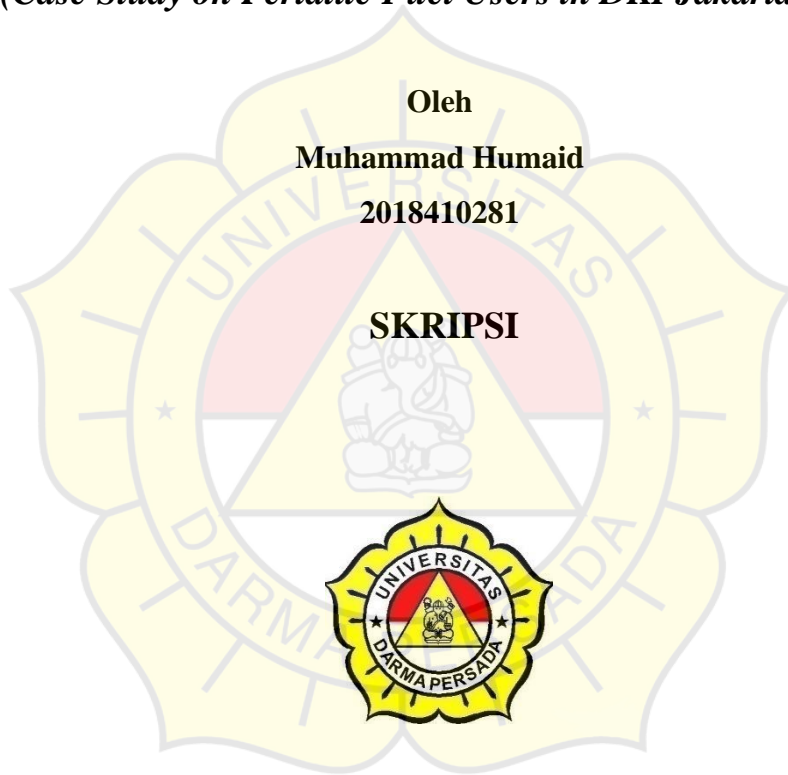
***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE
QUALITY ON BRAND SWITCHING
(Case Study on Pertalite Fuel Users in DKI Jakarta City)***

Oleh

Muhammad Humaid

2018410281

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *BRAND SWITCHING*
(Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite
di Kota DKI Jakarta)**

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE
QUALITY ON BRAND SWITCHING
(Case Study on Peralite Fuel Users in DKI Jakarta City)***

Oleh

Muhammad Humaid

2018410281

SKRIPSI

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



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *BRAND SWITCHING*
(Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite
di Kota DKI Jakarta)**

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE
QUALITY ON BRAND SWITCHING
(Case Study on Peralite Fuel Users in DKI Jakarta City)***

Oleh:

Muhammad Humaid

2018410281

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 seperti tertera

dibawah ini

Pada Tanggal 21 Februari 2023 dengan Nilai B


Resa Nurlaela Anwar, SE, MM

Pembimbing


Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji I


Melani Quintania, SE, M.Pd

Penguji II


Mulman Nurvana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi


Resa Nurlaela Anwar, SE, MM

Penguji III


Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Humaid

NIM : 2018410281

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *BRAND SWITCHING* (Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota DKI Jakarta)** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta, Februari 2023


METERAI
TEMPEL
8253 AKX665888534
Muhammad Humaid

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh “Pengaruh *Customer Experience* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Brand Switching* (Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota DKI Jakarta). Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling* dan teknik alat analisis menggunakan Regresi linier berganda dan linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Experience* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap *Brand Switching* Pada Produk Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite. Besarnya 0,622 atau 62,2% sisanya 37,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Secara parsial *Customer Experience* memiliki pengaruh 0,557 yang berarti sebesar 55,7% dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,551 yang berarti sebesar 55,1%.

Kata kunci : *Customer Experience*, Kualitas Pelayanan, *Brand Switching*

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of "The Influence of Customer Experience and Service Quality on Brand Switching (Case Study of Pertalite Fuel Users in DKI Jakarta City). This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents using Pertalite fuel oil. Sampling was carried out using non-probability sampling and technical analysis tools using multiple linear and simple linear regression.

The results of this study indicate that Customer Experience and Service Quality have an effect on Brand Switching in Pertalite Type Fuel Oil Products. The magnitude is 0.622 or 62.2%, the remaining 37.8% is influenced or explained by other variables not included in this study. Partially, Customer Experience has an effect of 0.557, which means 55.7% and Service Quality has an effect of 0.551, which means 55.1%.

Keywords: Customer Experience, Service Quality, Brand Switching

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *BRAND SWITCHING***

(Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak jenis Pertalite di Kota Jakarta)” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S.M.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE, MM selaku pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
2. Ibu Melani Quintania, SE., M.Pd. selaku dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Kedua Orang Tua serta Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan mendo'akan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan semasa kuliah yang tidak dapat disebutkan satu – persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis karena selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

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

Jakarta, Februari 2023

Muhammad Humaid

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Batasan Masalah	11
1.2.3 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Customer Experience	17
2.1.3 Kualitas Pelayanan	21
2.1.4 Brand Switching	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Yang Digunakan	39

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.3 Operasional Variabel	40
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	46
3.4.1 Lokasi Penelitian.....	46
3.4.2 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4.3 Cara Penentuan Data.....	47
3.4.4 Teknik Sampling.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	52
3.6.1 Rancangan Analisis.....	53
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.3 Alat Analisis dan Uji Hipotesis	57
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Pertamina	62
4.2 Visi dan Misi Pertamina	63
4.3 Hasil Penelitian Karkteristik Profil Responden.....	63
4.3.1 Perhitungan Respoden Berdasarkan Usia	63
4.3.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Wilayah Kota DKI Jakarta	65
4.3.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
4.3.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.3.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	68
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	69
4.4.1 Variabel <i>Customer Experience</i> Pada Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite	69
4.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan Pada Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite	86
4.4.3 Variabel <i>Brand Switching</i> Pada Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite.....	103
4.5 Uji Keabsahan Data.....	113
4.5.1 Uji Validitas	113
4.5.2 Uji Reliabilitas	115

4.6 Uji Asumsi Klasik	118
4.6.1 Uji Normalitas.....	118
4.6.2 Uji Multikolinieritas	120
4.6.3 Uji Autokorelasi.....	121
4.6.4 Uji Heterokedastisitas	122
4.7 Alat Analisis	123
4.7.1 Analisis Linier Berganda.....	123
4.7.2 Analisis Linier Sederhana.....	124
4.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	126
4.8 Uji Hipotesis.....	129
4.8.1 Uji F (Simultan).....	129
4.8.2 Uji T (Parsial)	130
4.9 Pembahasan.....	132
BAB V.....	135
KESIMPULAN DAN SARAN.....	135
5.1 Kesimpulan.....	135
5.2 Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tanggapan Responden Mengenai Customer Experience bahan Bakar Minyak Jenis Peralite.....	6
Tabel 1.2 Tanggapan Responden Mengenai Customer Experience bahan Bakar Minyak Brand Lain	6
Tabel 1.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan bahan Bakar Minyak Jenis Peralite	7
Tabel 1.4 Tanggapan Responden Mengenai kualitas pelayanan bahan Bakar Minyak Brand Lain.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Dimensi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Koefisiensi Determinasi R ²	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.2 Profil Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Wilayah DKI Jakarta	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan pekerjaan	67
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	68
Tabel 4.7 Produk Yang digunakan Konsumen Lebih Boros	70
Tabel 4.8 Kualitas produk yang diterima konsumen menurun	71
Tabel 4.9 Konsumen sulit untuk mendapatkan produk Pertamina yang diinginkan	72
Tabel 4.10 Konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas SPBU Pertamina	73
Tabel 4.11 konsumen merasa tidak nyaman mengisi bahan bakar minyak di SPBU Pertamina	74
Tabel 4.12 Konsumen merasa tidak aman saat menggunakan produk Pertamina	75

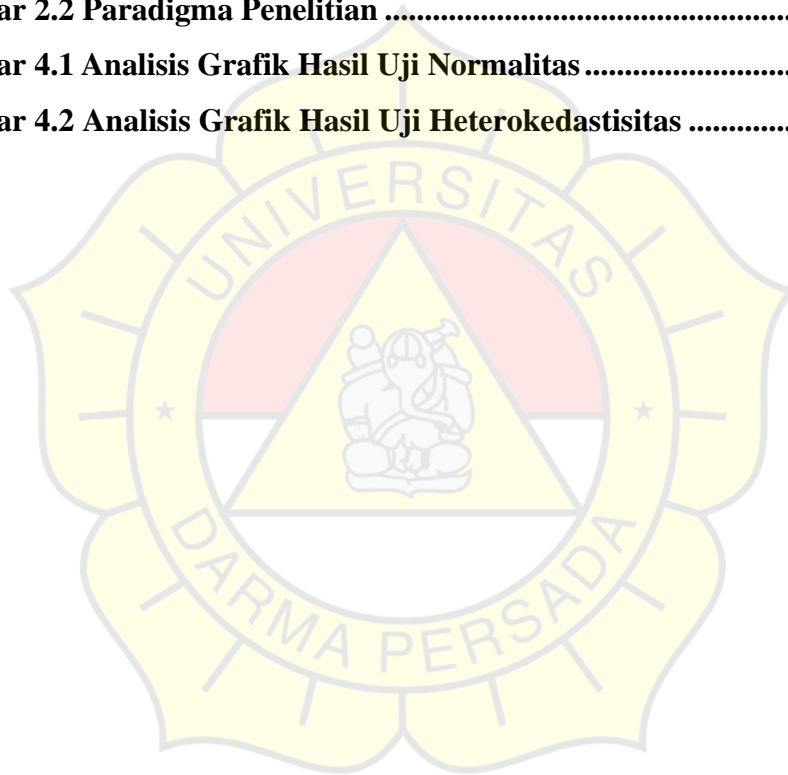
Tabel 4.13 konsumen merasa Pertamina memiliki bahan bakar yang kurang berkualitas	76
Tabel 4.14 konsumen merasa kapasitas volume yang diberikan Pertamina tidak sesuai	77
Tabel 4.15 konsumen merasa sulit dalam mendapatkan produk Pertamina	79
Tabel 4.16 Konsumen memilih menggunakan produk lain	80
Tabel 4.17 Konsumen tidak selalu memilih produk Pertamina	81
Tabel 4.18 Konsumen sulit menerima informasi produk dari Pertamina	82
Tabel 4.19 Pertamina tidak menjaga hubungan baik dengan konsumennya	83
Tabel 4.20 Pertamina bukan menjadi tempat saya membeli Bahan Bakar Minyak	84
Tabel 4.21 Pertamina memberikan kesan kurang menyenangkan bagi saya	85
Tabel 4.22 Petugas SPBU Pertamina kurang sigap dalam melayani konsumen	86
Tabel 4.23 Petugas SPBU Pertamina tidak memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	88
Tabel 4.24 Pelayanan petugas SPBU Pertamina tidak tepat waktu.....	89
Tabel 4.25 Penampilan dari petugas SPBU Pertamina kurang rapi	90
Tabel 4.26 Fasilitas yang disediakan SPBU Pertamina kurang lengkap..	91
Tabel 4.27 Kondisi SPBU Pertamina kurang rapi, dan kurang bersih	92
Tabel 4.28 Pelayanan saat pengisian di SPBU Pertamina lama	93
Tabel 4.29 Petugas SPBU Pertamina kurang tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen	94
Tabel 4.30 Petugas SPBU Pertamina tidak memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan	95
Tabel 4.31 Petugas SPBU Pertamina tidak dapat menanamkan kepercayaan kepada konsumen.....	96

Tabel 4.32	Petugas SPBU Pertamina tidak memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen.....	97
Tabel 4.33	Konsumen merasa tidak aman dan tidak nyaman dalam bertransaksi di SPBU Pertamina.....	99
Tabel 4.34	Petugas SPBU Pertamina tidak memberikan Sapaan kepada konsumen	100
Tabel 4.35	Petugas SPBU Pertamina tidak memberikan perhatian individual kepada para konsumennya	101
Tabel 4.36	Petugas SPBU Pertamina tidak melayani dengan ramah/senyum.....	102
Tabel 4.37	Konsumen Mengalami ketidakpuasan setelah menggunakan produk Pertamina	103
Tabel 4.38	Konsumen menemukan merek lain memiliki kualitas yang lebih bagus.....	105
Tabel 4.39	Konsumen melakukan perpindahan merek karena banyak pilihan variasi pada merek Bahan Bakar Minyak lain	106
Tabel 4.40	Konsumen tidak akan mengulangi pembelian Bahan Bakar Minyak merek pertamina.....	107
Tabel 4.41	Konsumen merasa kecewa setelah penggunaan	108
Tabel 4.42	Konsumen sudah tidak menyukai merek bahan bakar pertamina	109
Tabel 4.43	konsumen ingin berhenti menggunakan produk Pertamina ..	110
Tabel 4.44	konsumen menemukan merek Bahan Bakar Minyak lain.....	111
Tabel 4.45	konsumen memilih merek Bahan Bakar Minyak lain	112
Tabel 4.46	Hasil Uji Validitas Variabel Customer Experience.....	114
Tabel 4.47	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	114
Tabel 4.48	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Switching.....	115
Tabel 4.49	Uji Reliabilitas Customer Experience	116
Tabel 4.50	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	117
Tabel 4.51	Uji Reliabilitas Brand Switching	117
Tabel 4.52	Hasil Uji Normalitas.....	119

Tabel 4.53 Hasil Uji Multikolinearitas	120
Tabel 4.54 Hasil Uji Autokorelasi.....	121
Tabel 4.55 Parameter Kuantitatif Customer Experience dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Switching	124
Tabel 4.56 Parameter Kuantitatif Customer Experience, Terhadap Brand Switching.....	125
Tabel 4.57 Parameter Kuantitatif Kualitas Pelayanan, Terhadap Brand Switching.....	126
Tabel 4.58 Parameter Kuantitatif Customer Experience dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Switching	127
Tabel 4.59 Parameter Kuantitatif Korelasi Customer Experience terhadap Brand Switching.....	127
Tabel 4.60 Parameter Kuantitatif Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Brand Switching.....	128
Tabel 4.61 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	129
Tabel 4.62 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Switching	130
Tabel 4.63 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Switching.....	131
Tabel 4.64 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	133

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Jumlah Kendaraan Bermotor di Jakarta.....	1
Gambar 1.2 Data Konsumsi BBM di indonesia	2
Gambar 1.3 Data Penjualan Bahan Bakar Minyak Tahun 2022	4
Gambar 1.4 Konsumsi Pertalite 2022.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	37
Gambar 4.1 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	118
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas	123



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	142
Lampiran 2 Kuesioner <i>Pra Survey</i> Penelitian	143
Lampiran 3 Tabulasi <i>Pra Survey</i> Penelitian	148
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	150
Lampiran 5 Tabulasi data kuesioner profil responden	155
Lampiran 6 Tabulasi data kuesioner <i>Customer Experience</i>	158
Lampiran 7 Tabulasi data kuesioner Kualitas Pelayanan	161
Lampiran 8 Tabulasi data kuesioner <i>Brand Switching</i>	164
Lampiran 9 R Tabel.....	167
Lampiran 10 F Tabel	168
Lampiran 11 T Tabel.....	169
Lampiran 12 Uji Validitas.....	170
Lampiran 13 Uji Relibialitas.....	171
Lampiran 14 Uji Asumsi Klasik	172
Lampiran 15 Alat Analisis.....	175
Lampiran 16 Analisi Koefisien Determinasi R^2	176
Lampiran 17 Uji F dan Uji T	177
Lampiran 18 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi dan Skripsi	178
Lampiran 19 Bukti Penyebaran Kuesioner	179