

HALAMAN MOTTO

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka
Ingin tau hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun
gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga
dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya.

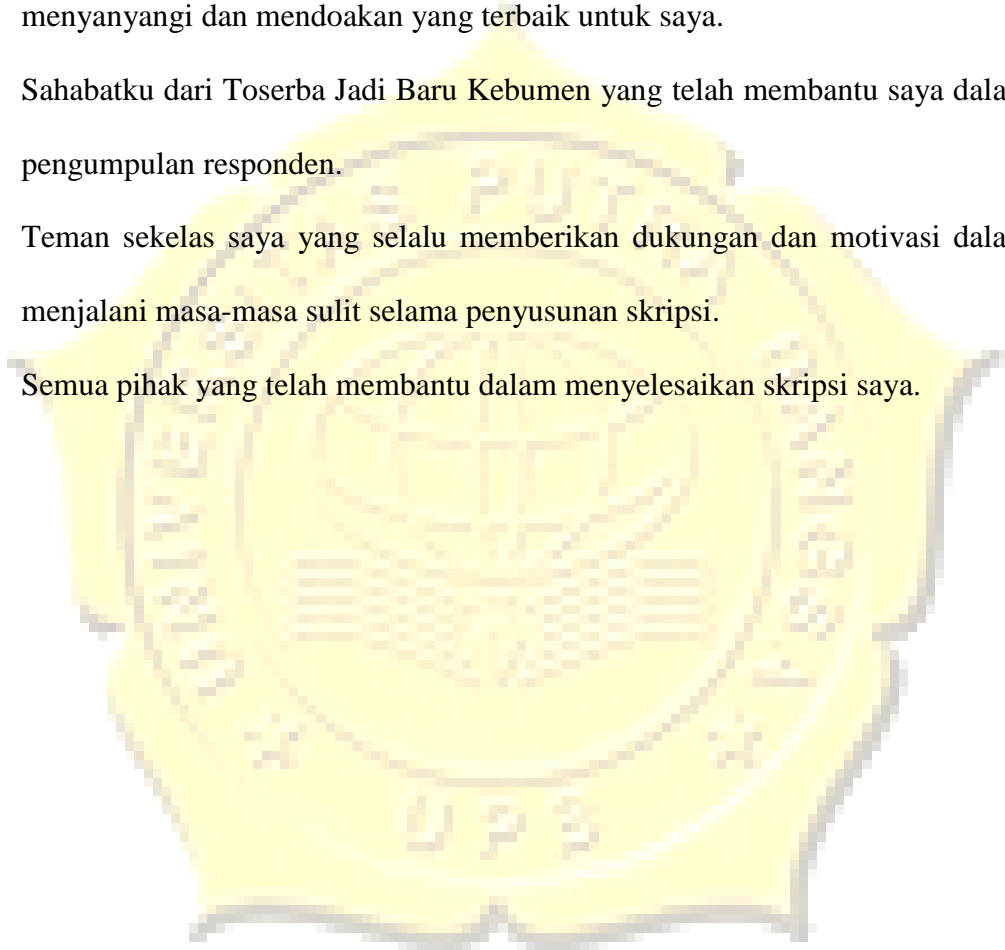
“Dunia perkuliahan tidak seindah cerita-cerita di wattpad”

*“Now I finally found my wings I let go of everything decided to follow I was born
to be, I’m waking up in my dream”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ngadini dan ibu Mujasih yang selalu menyanyangi dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Sahabatku dari Toserba Jadi Baru Kebumen yang telah membantu saya dalam pengumpulan responden.
3. Teman sekelas saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menjalani masa-masa sulit selama penyusunan skripsi.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.



ABSTRAKSI

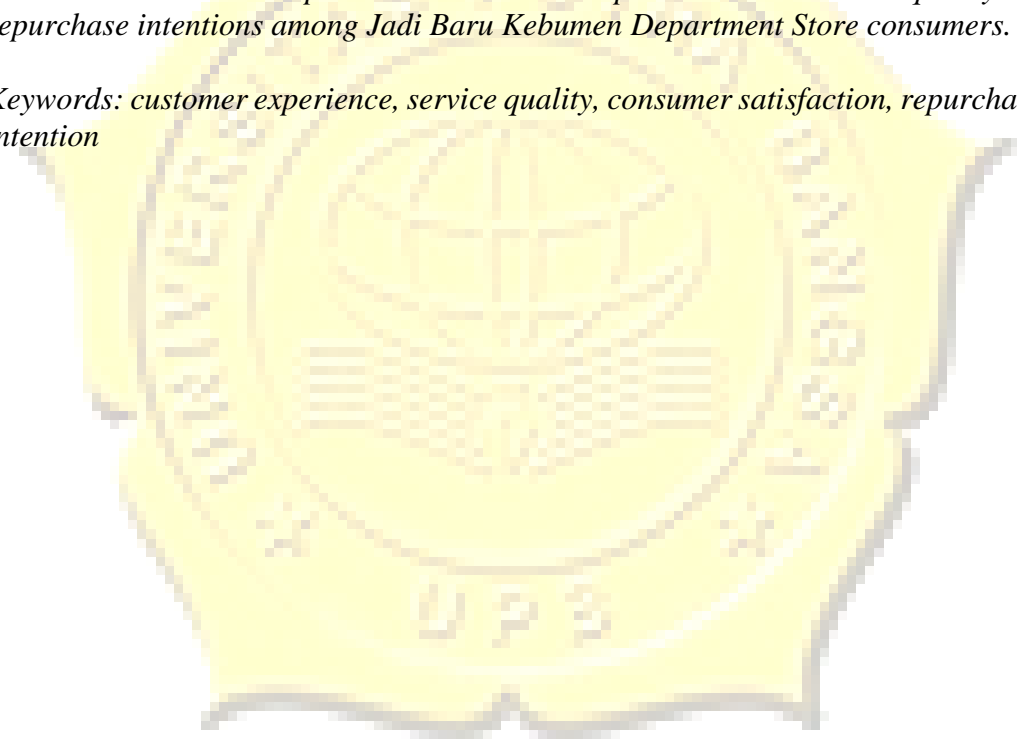
Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *customer experience* dan kualitas layanan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen berjumlah 110 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 25. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan niat beli ulang, kualitas layanan secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang. Kepuasan konsumen memediasi hubungan *customer experience* dan kualitas layanan terhadap niat beli ulang pada konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen.

Kata kunci: *customer experience*, kualitas layanan, kepuasan konsumen, niat beli ulang

ABSTRACT

The aim of this research is the influence of customer experience and service quality on repurchase intentions and consumer satisfaction as mediating variables. The respondents in this research were 110 consumers of the Jadi Baru Kebumen Department Store. This research uses descriptive and statistical analysis methods with the help of the SPSS 25 program. The statistical analysis used in this research is validity testing, reliability testing and path analysis. The results of this research show that customer experience partially influences consumer satisfaction and repurchase intention, service quality partially influences consumer satisfaction, service quality has no effect on repurchase intention. Consumer satisfaction mediates the relationship between customer experience and service quality on repurchase intentions among Jadi Baru Kebumen Department Store consumers.

Keywords: customer experience, service quality, consumer satisfaction, repurchase intention



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran dalam menjejarkan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan Kualitas Layanan terhadap Niat Berbelanja Ulang melalui Kepuasan sebagai variabel intervening pada Toserba Jadi Baru Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan literatur. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Sulis Riptiono,S.E.,M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.
2. Semua dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik dan mengajar saya dengan tulus dan sabar.
3. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memotivasi.

4. Semua rekan-rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, dorongan, serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua dalam kehidupan ini.

Kebumen, 23 April 2024

Penulis



Gilang Heriyanto

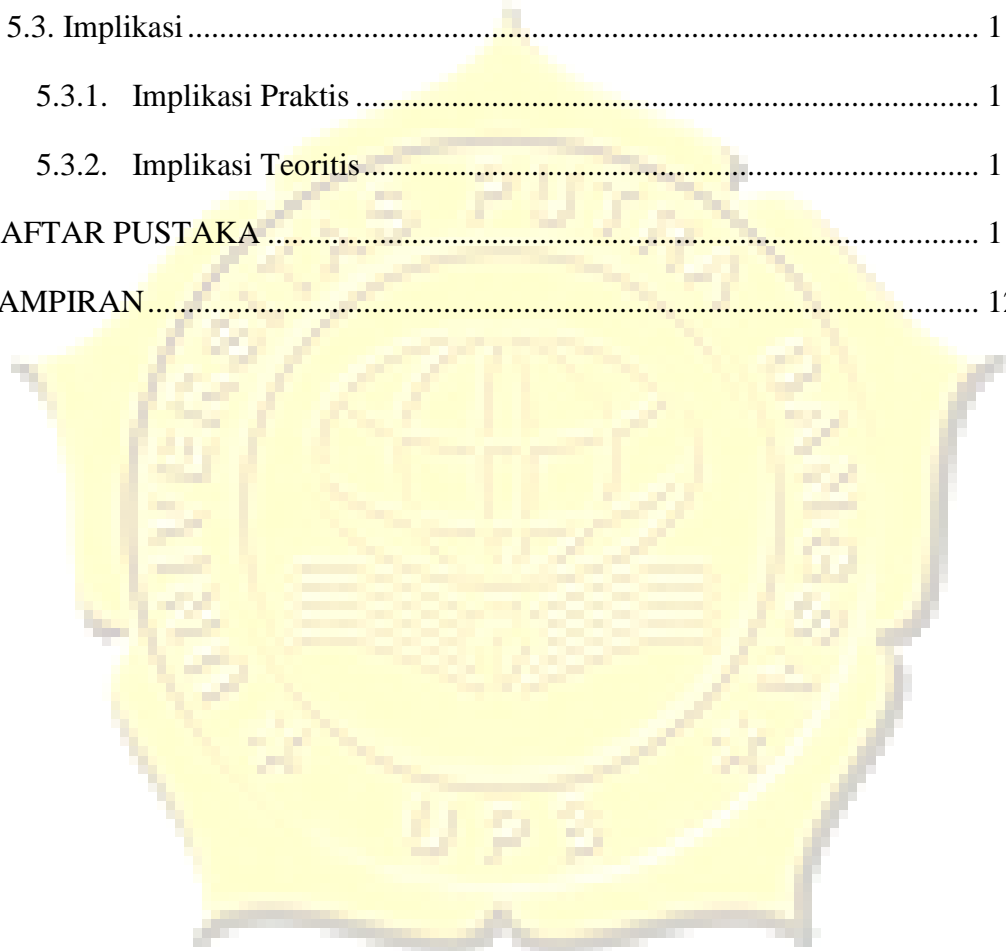
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17

2.1.1.	Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	17
2.1.2.	Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	21
2.1.3.	<i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	26
2.1.4.	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	30
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.	Hubungan Antar Variabel	42
2.3.1.	Hubungan Antara <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2.3.2.	Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	43
2.3.3.	Hubungan Antara <i>Customer Experience</i> Terhadap Niat Beli Ulang	44
2.3.4.	Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	45
2.3.5.	Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang	46
2.4.	Model Empiris	47
2.5.	Hipotesis	47
BAB III		49
METODE PENELITIAN.....		49
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	49
3.1.1.	Objek Penelitian.....	49
3.1.2.	Subjek Penelitian	49
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	49
3.2.1.	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	54
3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	56

3.4.1. Data.....	56
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5. Populasi dan Sampel	57
3.6. Teknik Analisis.....	58
3.6.1. Analisis Deskriptif	58
3.6.2. Analisis Statistika	59
BAB IV	72
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	72
4.1.1. Sejarah Latar Belakang Perusahaan.....	72
4.1.2. Visi dan Misi.....	72
4.2. Analisis Deskriptif.....	73
4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	76
4.4. Analisis Statistik.....	77
4.4.1. Uji Instrumen	78
4.4.2. Asumsi Klasik.....	81
4.4.3. Uji Hipotesis	87
4.4.4. Analisis Korelasi.....	94
4.4.5. Analisis Jalur (<i>Path Analyze</i>).....	95
4.5. Pembahasan	103
BAB V.....	111

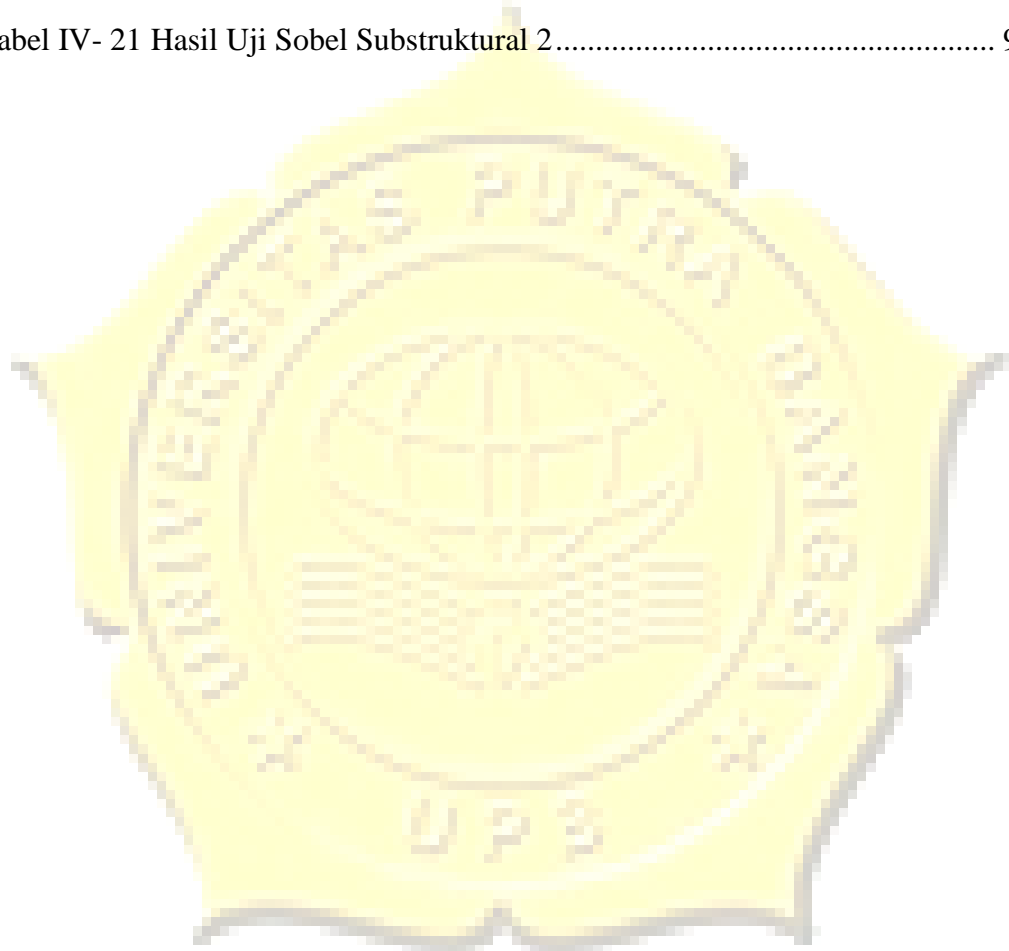
SIMPULAN	111
5.1. Simpulan.....	111
5.2. Keterbatasan	112
5.3. Implikasi	113
5.3.1. Implikasi Praktis	113
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Konsumen Jadi Baru Kebumen	6
Tabel II- 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	40
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Niat Beli Ulang Pada Kuesioner.....	51
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kepuasan Konsumen Pada Kuesioner.....	52
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi <i>Customer Experience</i> Pada Kuesioner	53
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kualitas Layanan Pada Kuesioner	54
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	76
Tabel IV- 5 Tabel Uji Validitas <i>Customer Experience</i>	78
Tabel IV- 6 Tabel Uji Validitas Kualitas Layanan	79
Tabel IV- 7 Tabel Uji Validitas Niat Beli Ulang	80
Tabel IV- 8 Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen	79
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	81
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 1	82
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 2	83
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1	88
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	89
Tabel IV- 14 Ringkasan Hipotesis	91
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	93
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2.....	93
Tabel IV- 17 Hasil Uji Analisis Korelasi.....	94

Tabel IV- 18 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1.....	96
Tabel IV- 19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2.....	97
Tabel IV- 20 Hasil Uji Sobel Substruktural 1.....	91
Tabel IV- 21 Hasil Uji Sobel Substruktural 2.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris	47
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	83
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	84
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 1	86
Gambar IV- 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 2	87
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	101

