

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* : STUDI PADA PENGGUNA *E-*
COMMERCE DI JABODETABEK**

FARAH FAUZIAH

1707619020



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE : A STUDY ON E-COMMERCE USERS IN JABODETABEK

FARAH FAUZIAH

1707619020



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This research proposal as one of the requirements for obtaining a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

Farah Fauziah, 1707619020, Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening : Studi Pada Pengguna E-commerce Di JABODETABEK

E-commerce salah satu *platform* digital yang sangat banyak digunakan akhir-akhir ini oleh masyarakat mulai dari kalangan remaja hingga orang dewasa sekalipun. Penelitian ini menguji pengaruh *customer experience* dan *customer trust* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dengan data yang dikumpulkan sebanyak 300 responden. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS (*Statistic Program of Social Science*) untuk uji validitas dan uji reliabilitas serta menggunakan *software* AMOS 20.0 (*Analysis of Moment Structure*) untuk uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* dan *customer trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* dapat menjadi mediasi terhadap pengaruh *customer experience* dan *customer trust* dengan *customer loyalty* secara positif dan signifikan.

Kata kunci : *customer experience, customer trust, customer satisfaction, customer loyalty*

ABSTRACT

Farah Fauziah, 1707619020, The Influence Of Customer Experience And Customer Trust On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable : A Study On E-Commerce Users In JABODETABEK

E-commerce is one of the most widely used digital platforms lately by people, from teenagers to even adults. This study examines the effect of customer experience and customer trust on customer loyalty through customer satisfaction. Data collection was carried out by distributing questionnaires via Google form with data collected by 300 respondents. This study used SPSS (Statistics Program of Social Science) software to test the validity and reliability tests and used AMOS 20.0 (Analisis of Moment Structure) software to test the hypothesis. The results of this study indicate that customer experience and customer trust have a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction can mediate the influence of customer experience and customer trust on customer loyalty in a positive and significant way.

Keywords: *customer experience, customer trust, customer satisfaction, customer loyalty*

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Febrilia, SE., M.M.
NIP/NIDK : 198702092015042001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Farah Fauziah
No. Registrasi : 1707619020
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* : Studi Pada Pengguna *E-commerce* Di JABODETABEK

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 18 Juli 2023

Dosen Pembimbing I

Ika Febrilia, SE., M.M.
NIP/NIDK. 198702092015042001

Dosen Pembimbing II

Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M
NIP/NIDK. 199308272020122024

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199302202019032022

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Pt. Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D.
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		15 Agustus 2023
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 0002038107 (Penguji Ahli 1)		15 Agustus 2023
3	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji Ahli 2)		15 Agustus 2023
4	Ika Febrilia, SE., M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		21 Agustus 2023
5	Dewi Agustin, SE., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		15 Agustus 2023

Nama : Farah Fauziah
No. Registrasi : 1707619020
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 1 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Farah Fauziah

NIM. 1707619020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimile: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Farah Fauziah
NIM : 1707619020
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat Email : farahziah3322@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul:

"Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* : Studi Pada Pengguna *E-commerce* di Jabodetabek"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2023

Mahasiswa Ybs,

Farah Fauziah
NIM. 1707619020

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pengguna E-commerce di JABODETABEK" dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Adapun dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih banyak Peneliti sampaikan kepada :

1. Ibu Ika Febrilia, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari Selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Orang tua, kak Devi, Kak Mimi, Abang Akbar, dan keponakan yang telah berjasa memberikan dukungan, motivasi serta doa untuk Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Aldina Bilqis selaku sahabat saya sejak tahun 2021 hingga sekarang yang telah bersama-sama dalam jatuh dan bangun saat mengerjakan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan bantuan, dukungan, motivasi dan doa kepada peneliti.
9. Huang Renjun dan member NCT Dream lainnya yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan sehingga masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, peneliti terbuka menerima saran maupun kritik yang membangun sehingga peneliti dapat memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti sendiri maupun pembaca sekalian.

Bekasi, 28 Agustus 2023



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Customer Loyalty.....	13
2.1.2 Customer Satisfaction.....	16
2.1.3 Customer Experience.....	19
2.1.4 Customer Trust.....	23
2.2 Kerangka Teori, Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1 Kerangka Teori.....	26

2.2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	42
3.1.1 Waktu Penelitian	42
3.1.2 Tempat Penelitian	42
3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi Penelitian	43
3.3.2 Sampel Penelitian	44
3.4 Pengembangan Instrumen	46
3.4.1 <i>Customer Experience</i>	46
3.4.2 <i>Customer Trust</i>	48
3.4.3 <i>Customer Satisfaction</i>	50
3.4.4 <i>Customer Loyalty</i>	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.6.3 Uji Hipotesis	56
BAB 4	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Data	58
4.2 Hasil	73
4.3 Pembahasan	82
BAB 5	90
PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Implikasi	93
5.3 Keterbatasan Penelitian	96

5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model SEM Awal	57
Gambar 4.1 Model SEM Awal	76
Gambar 4.2 Model SEM Setelah Dimodifikasi	77
Gambar 4.3 Mekanisme Penentuan Nilai pada Uji Sobel	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara dengan penggunaan <i>E-commerce</i> Tertinggi di Dunia.....	2
Tabel 1.2 10 Daerah dengan Penduduk Bertransaksi E-commerce Tertinggi di Indonesia.....	2
Tabel 1.3 Situs E-commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2. 2 Model Penelitian.....	40
Tabel 3.1 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Experience</i>	46
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Trust</i>	48
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Satisfaction</i>	50
Tabel 3.4 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Loyalty</i>	51
Tabel 3.5 Skala <i>Likert 5 Point's</i>	53
Tabel 3.6 <i>Goodnes of Fit Index</i>	56
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	63
Tabel 4.6 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Loyalty</i>	64
Tabel 4.7 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.8 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Experience</i>	68
Tabel 4.9 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Trust</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i>	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodnes of Fit</i> Setelah Dimodifikasi	77
Tabel 4.13 Hasil Estimasi Pengolahan Data Amos	79
Tabel 4.14 Hasil Estimasi Pengolahan Data Amos.....	81