

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER VALUE*
DAN *PROMOTION* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA KONSUMEN *STARBUCKS*
DI JAKARTA**

**CINDY LAWRENCE SINAMBELA
8215153568**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER
EXPERIENCE, CUSTOMER VALUE AND PROMOTION
TOWARD CUSTOMER SATISFACTION ON STARBUCKS
CUSTOMER IN JAKARTA***

**CINDY LAWRENCE SINAMBELA
8215153568**



***Thesis is written as one of the requirements for attaining bachelor degree of
Economics on Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2023***

ABSTRAK

Pengaruh *Customer Experience*, *Customer Value*, dan *Promotion* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Konsumen Starbucks di Jakarta, Skripsi, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan antara *customer experience*, *customer value* dan *promotion* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Starbucks. Penelitian ini menggunakan metode SPSS versi 26 dalam menganalisis data. Model penelitian menggunakan analisis deskriptif serta kausal. Penelitian ini dilakukan terhadap 200 konsumen Starbucks di daerah DKI Jakarta dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner yang kemudian diolah dengan program software SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction*. Terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction*. Terdapat pengaruh signifikan antara *Promotion* terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Customer Value*, *Promotion*, *Customer Satisfaction*, Konsumen Starbucks.



ABSTRACT

The Influence of Customer Experience, Customer Value, and Promotion on Customer Satisfaction of Starbucks Consumers in Jakarta, Thesis, Undergraduate Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.

The purposes of this study to find out whether there is a significant influence between customer experience, customer value and promotion on customer satisfaction on Starbucks Customer. This study uses the method of the SPSS Version 22 in analyzing the data. The research model uses descriptive and causal analysis. This research was conducted on 200 customers Starbucks in the DKI Jakarta area using purposive sampling technique. The data collection collection technique used a survey method, nomely distributing questionnaires which were then processed with the SPSS (Statistical Program for Social Science) software version 22. The results showed that there was a significant influence of Customer Experience on Customer Satisfaction. There is a significant influence between Customer Value on Customer Experience. There is u significant influence between Promotion on Customer Satisfaction.

Keywords: *Customer Experience, Customer Value, Promotion, Customer Satisfaction, Customers Starbucks.*





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 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 : Cindy Lawrence Sinambela

NIM : 22008722

Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen

Alamat email : cindylawr.cl@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, CUSTOMER VALUE DAN PROMOTION TERHADAP

CUSTOMER SATISFACTION PADA KONSUMEN STARBUCKS DI JAKARTA

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.

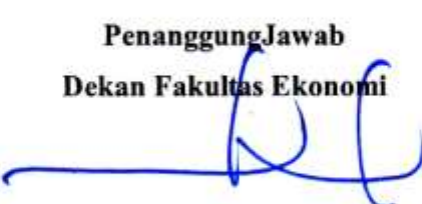
Jakarta, 28 Februari 2023

Penulis

Cindy Lawrence Sinambela

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  <u>Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</u> NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Ika Febrilia, SE, M.M.</u> NIP. 198702092015042001 (Ketua)		28 Februari 2023
2	<u>Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A</u> NIP. 199111022022032013 (Penguji Ahli 1)		28 Februari 2023
3	<u>Meta Bara Berutu, S.E., M.M</u> NIP. 199409222022032012 (Penguji Ahli 2)		28 Februari 2023
4	<u>Prof. Usep Suhud M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		28 Februari 2023
5	<u>Shandy Aditya, BIB., MPBS.</u> NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		28 Februari 2023
Nama : Cindy Lawrence Sinambela No. Registrasi : 8215153568 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 3 Maret 2023			

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

LEMBAR ORISINLATITAS

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi saya adalah 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 pernah 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 diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Cindy Lawrence Sinambela

No. Reg. 8215153568

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dalam proses menyelesaikan penelitian ini, peneliti mendapatkan dukungan serta doa dari berbagai pihak. Ungkapan terima kasih peneliti tunjukkan kepada :

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Dr. Suherman, M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Prof. Usep Suhud M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I
4. Shandy Aditya, BIB., MPBS. selaku Dosen Pembimbing II serta mentor peneliti
5. Para dosen, teman mahasiswa serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak pengalaman serta bantuan yang berharga kepada peneliti
6. Secara khusus peneliti hendak berterima kasih kepada seluruh keluarga peneliti yang tercinta dan yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil kepada peneliti sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat baik peneliti yang sudah mendoakan serta mendukung peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini antara lain Ribka Pa'kamase, Vitri Ayu S, Karinka Risti dan Wisnu Noviandi

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun segenap pihak. Akhir kata peneliti berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat untuk khalayak umum.

Jakarta, 27 Februari 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Pendukung	9
2.1.1 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	9
2.1.2 <i>Customers Experience</i> (Pengalaman Pelanggan).....	11
2.1.3 <i>Customer Value</i> (Nilai Pelanggan)	13
2.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	15
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Perumusan Hipotesis	30
2.3.1 Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.2 Hubungan <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	30
2.3.3 Hubungan <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Waktu, Tempat dan Objek Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	33

3.3 Populasi dan Sampling.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.6 Skala Pengukuran.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Deskriptif	33
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.7.3 Uji Asumsi Dasar.....	33
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Data	43
4.2 Hasil Analisis Data.....	45
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.2.2 Analisis Deskriptif	48
4.3 Uji Asumsi Dasar	54
4.3.1 Uji Normalitas.....	54
4.3.2 Uji Linearitas	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Multikolinearitas.....	57
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	58
4.5 Uji Hipotesis	58
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Gerai Pada 10 Kedai Kopi Terbanyak Periode April 20202	2
Tabel 1. 2	Ulasan Konsumen	4
Tabel 2. 1	Matriks Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3. 2	Bentuk Skala <i>Likert</i> Interval 1-6	38
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 3	Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 4	Nilai Analisis Deskriptif (X1)	48
Tabel 4. 5	Nilai Analisis Deskriptif (X2)	50
Tabel 4. 6	Nilai Analisis Deskriptif (X3)	51
Tabel 4. 7	Nilai Analisis Deskriptif (Y)	53
Tabel 4. 8	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 9	Uji Linearitas <i>Customer Experience</i> atas <i>Customer Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Linearitas <i>Customer Value</i> atas <i>Customer Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 11	Hasil Uji Linearitas <i>Promotion</i> atas <i>Customer Satisfaction</i>	56
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 13	Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 14	Model Persamaan Struktural.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2:	Data Mentah Hasil Jawaban Responden.....	77
Lampiran 3:	Hasil Analisis Data	82
Lampiran 4 :	Hasil Uji Asumsi Dasar	84
Lampiran 5:	Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 6:	Hasil Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 7:	Kartu Hasil Penelitian	88
Lampiran 8:	Turnitin	89

