



**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

AGUSTIONO

14020217120029

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agustiono
NIM : 14020217120029
Fakultas : Ilmu Sosial dan ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

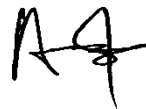
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui
Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat
Semarang Pengguna LinkAja)**

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah atau skripsi oranglain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Semarang,
Pembuat Pernyataan,



Agustiono
NIM. 14020217120029

HALAMAN PENGESAHAN

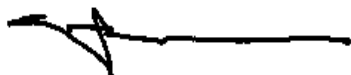
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)

Nama Penyusun : Agustiono
 NIM : 14020217120029
 Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 21 Maret 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.
 NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.
 NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB

(..........)

Dosen Penguji

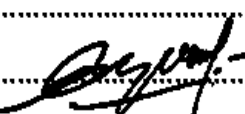
Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB

(..........)

Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si

(..........)

Drs. Saryadi, M.Si

(..........)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S. AlAnfaal : 46)

“Whatever you are, be a good one.”

(Abraham Lincoln)

PERSEMBAHAN :

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orangtua tersayang Bapak Alm. Sumarno dan Ibu Sopiya yang selalu memberikan kasih dan sayang, doa, serta dukungan yang begitu besar kepada penulis sehingga saya dapat tumbuh menjadi pribadi yang kuat.
- Bapak Untung dan Bapak Dhofir yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis hingga saya dapat sampai pada titik ini.
- Kakak-kakak dan semua saudara yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
- Helmi yang selalu berada di sisi saya, yang selalu mengisi hari-hari saya, memotivasi dan memberi semangat selama ini.
- Anggi, Heru, Heri, Zahra, Dedek, Yayang, Ismi, Tita, Della, Kharina, Amanda dan semua teman-teman yang mendukung baik suka maupun duka.
- Pak Saryadi selaku dosen wali, Pak hari dan Bu sari selaku pembimbing yang sangat sabar dan baik hati. Terimakasih sudah mendidik dan mengarahkan saya.
- Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis 2017.
- Semua orang baik yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih kalian telah hadir dalam hidup saya.

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan pengaruh kepada kehidupan manusia di segala bidang. Di era perkembangan teknologi masyarakat Indonesia merubah gaya hidupnya, salah satunya terkait cara bertransaksi. Cara bertransaksi yang awalnya menggunakan uang atau alat pembayaran tunai, saat ini mulai berganti dengan tren *cashless*. Para pelaku bisnis, khususnya penyedia layanan operator selular melakukan terobosan dengan menggabungkan fungsi ponsel dengan dompet, menyadari bahwa ponsel merupakan alat yang selalu dibawa oleh masyarakat selain dompet. Dari terobosan tersebut menciptakan suatu ide, sehingga lahirlah suatu bentuk terbaru dari pembayaran elektronik yang disebut dengan layanan *mobile wallet*. Salah satu perusahaan *mobile wallet* yang ada di Indonesia adalah LinkAja.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* (X), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) (studi pada masyarakat Semarang pengguna LinkAja). Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, yang merupakan pengguna LinkAja. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, uji t dan analisis sobel dengan menggunakan *software SPSS 25.0 for Windows*.

Hasil dan pembahasan menunjukkan jika variabel *customer experience* memiliki kategorisasi baik, kepuasan pelanggan memiliki kategorisasi puas, dan loyalitas pelanggan memiliki kategorisasi loyal. Terdapat pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung (19,584) > t tabel (1,984), terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung (10,120) > t tabel (1,984), terdapat pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung (9,327) > t tabel (1,984). Saran dalam penelitian ini adalah LinkAja perlu meningkatkan *customer experience* dan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Kata Kunci : *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE**

(Study of The People of Semarang LinkAja Users)

ABSTRACT

The rapid development of technology has an impact on human life in all fields. In the era of technological developments, Indonesian people have changed their lifestyle, one of which is related to how to transact. The way of transacting, which initially used money or cash payment instruments, is now starting to change with the cashless trend. Business people, especially cellular operator service providers, have made a breakthrough by combining the functions of mobile phones with wallets, realizing that mobile phones are tools that people always carry with them other than wallets. From this breakthrough, an idea was created, so that a new form of electronic payment was born, called a mobile wallet service. One of the mobile wallet companies in Indonesia is LinkAja.

The purpose of this study was to determine the effect of Customer Experience (X), on Customer Loyalty (Y) through Customer Satisfaction (Z) (study of the people of Semarang LinkAja users). This type of research is explanatory research. The number of samples taken was 100 respondents, who were LinkAja users. The sampling technique used was non-probability sampling technique. In data analysis using validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression analysis, t test and Sobel analysis using SPSS 25.0 software for Windows.

The results and discussion show that the customer experience variable has a good categorization, customer satisfaction has a satisfied categorization, and customer loyalty has a loyal categorization. There is an influence of customer experience on customer satisfaction with a value of t count (19,584) > t table (1,984), there is an influence of customer satisfaction on customer loyalty with a value of t count (10,120) > t table (1,984), there is an influence of customer experience on customer loyalty by value of t count (9.327) > t table (1.984). The suggestion in this study is that LinkAja needs to improve customer experience and customer satisfaction so that it can increase customer loyalty.

Keywords: Customer Experience, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)”**. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Perjalanan yang lumayan panjang telah penulis lalui dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan skripsi ini. Banyak rintangan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat rahmat-Nyalah sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Maka dari itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si selaku dosen penguji.
5. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu.

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Penulis mempunyai harapan besar skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pembacanya.

Semarang,

Penulis



Agustiono

NIM. 14020217120029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	12
1.5.2 Tipe-tipe Perilaku Konsumen	13
1.5.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	14
1.5.4 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Konsumen)	15
1.5.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	17
1.5.6 <i>Customer Loyalty</i> (Kesetiaan Pelanggan).....	19

1.6	Hipotesis.....	24
1.7	Definisi Konsep.....	24
1.8	Definisi Operasional.....	25
1.9	Metode Penelitian.....	26
1.9.1	Tipe Penelitian	26
1.9.2	Populasi dan Sampel.....	27
1.9.3	Teknik Pengambilan Sampel	27
1.9.4	Jenis dan Sumber Data.....	28
1.9.5	Skala Pengukuran	29
1.9.6	Teknik Pengumpulan Data.....	29
1.9.7	Teknik Pengolahan Data.....	30
1.9.8	Instrumen Penelitian	31
1.9.9	Teknis Analisis	32
BAB II GAMBARAN UMUM LINK AJA.....		36
2.1	Sejarah T-Cash hingga menjadi LinkAja	36
2.2	LinkAja.....	37
2.3	Tujuan LinkAja	39
2.4	Fitur yang dimiliki LinkAja	39
2.5	Gambaran kompetitor LinkAja	40
2.6	Profil Responden	41
BAB III PEMBAHASAN.....		45
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.1.1	Uji Validitas.....	46

3.1.2 Uji Reliabilitas	53
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	54
3.2.1 Persepsi Responden pada <i>Customer Experience</i>	54
3.2.2 Persepsi Responden pada Kepuasan Pelanggan	69
3.2.3 Persepsi Responden pada Loyalitas Pelanggan	83
3.3 Uji Hipotesis.....	94
3.3.1 Analisis Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ..	94
3.3.2 Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja	99
3.3.3 Analisis Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .	104
3.4 Pembahasan	111
BAB IV KESIMPULAN	115
4.1 Kesimpulan.....	115
4.2 Saran-saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 State Of The Art.....	22
Tabel 1. 2 Pedoman dalam Menentukan Keeratan Antar Variabel.....	32
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 2. 2 Usia Responden.....	42
Tabel 2. 3 Pendidikan Responden.....	42
Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 2. 5 Lama Menggunakan LinkAja.....	43
Tabel 2. 6 Jenis Transaksi.....	43
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel Customer Experience.....	47
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	51
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel.....	53
Tabel 3. 5 Persepsi mengenai konsumen yang merasa nyaman menggunakan aplikasi LinkAja.....	55
Tabel 3. 6 Persepsi mengenai jarang terjadi kesalahan pada aplikasi LinkAja.....	56
Tabel 3. 7 Persepsi mengenai tampilan aplikasi LinkAja menghadirkan pengalaman yang berbeda dan lebih menarik dibanding mobile wallet lainnya.....	57
Tabel 3. 8 Persepsi mengenai aplikasi LinkAja mudah untuk digunakan dan diakses bahkan oleh pengguna baru.....	58
Tabel 3. 9 Persepsi mengenai tersedianya informasi layanan yang relevan serta mudah diakses.....	59
Tabel 3. 10 Persepsi mengenai aplikasi LinkAja didesain untuk bisa memenuhi kebutuhan penggunanya.....	60
Tabel 3. 11 Persepsi mengenai kemudahan bagi konsumen dalam melakukan top up/pengisian ulang saldo.....	61
Tabel 3. 12 Persepsi mengenai sistem keamanan pada aplikasi LinkAja aman dan ketat.....	62

Tabel 3. 13 Persepsi mengenai pembayaran dengan aplikasi LinkAja dapat dilakukan dengan mudah cepat dan aman	63
Tabel 3. 14 Persepsi mengenai terdapat layanan pusat bantuan dan customer service untuk menanggapi masalah/keluhan konsumen secara online.....	64
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Customer Experience</i>	65
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel <i>Customer Experience</i>	68
Tabel 3. 17 Senang menggunakan layanan LinkAja.....	70
Tabel 3. 18 Dapat menikmati kegiatan bertransaksi pada aplikasi LinkAja.....	71
Tabel 3. 19 Sistem navigasi pada aplikasi LinkAja memudahkan pengguna	72
Tabel 3. 20 Puas dengan tampilan pada aplikasi LinkAja	72
Tabel 3. 21 Puas dengan update informasi yang dilakukan LinkAja.....	73
Tabel 3. 22 Puas akan perlindungan informasi konsumen yang dilakukan LinkAja..	74
Tabel 3. 23 Puas atas keamanan transaksi yang terjamin	75
Tabel 3. 24 Puas dengan layanan complaint pada aplikasi LinkAja.....	76
Tabel 3. 25 Puas dengan adanya kelengkapan informasi pada aplikasi LinkAja	77
Tabel 3. 26 LinkAja secara baik dapat memuaskan kebutuhan para penggunanya....	79
Tabel 3. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 3. 28 Kategorisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	83
Tabel 3. 29 Pengguna Berniat Menggunakan Kembali Linkaja Dalam Waktu Dekat	84
Tabel 3. 30 Jika Pengguna Membutuhkan <i>Mobile Wallet</i> Maka Pengguna Akan Menggunakan Linkaja.....	85
Tabel 3. 31 Pengguna Akan Terus Menjadi Pelanggan Setia Linkaja	86
Tabel 3. 32 Pengguna Mengatakan Kesan Positif tentang Linkaja kepada Orang Lain	87
Tabel 3. 33 Pengguna Merekomendasikan Linkaja kepada Orang Lain	88
Tabel 3. 34 Linkaja Memberikan Layanan yang Pengguna Cari dan Butuhkan	89

Tabel 3. 35 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 3. 36 Kategorisasi Variabel Customer Experience	93
Tabel 3. 37 Korelasi <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan LinkAja .	94
Tabel 3. 38 Koefisien Determinasi <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan LinkAja	95
Tabel 3. 39 Analisis Regresi Linear Sederhana Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan LinkAja	96
Tabel 3. 40 Korelasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja ...	99
Tabel 3. 41 Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja	100
Tabel 3. 42 Analisis Regresi Linear Sederhana Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja.....	101
Tabel 3. 43 Korelasi <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja	104
Tabel 3. 44 Koefisien Determinasi <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan LinkAja	105
Tabel 3. 45 Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	106
Tabel 3. 46 Hasil Uji Sobel Customer Experience terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan penetrasi <i>smartphone</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah uang elektronik beredar dan jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Pengguna pembayaran mobile di dunia	5
Gambar 1. 4 Perubahan nama T-cash menjadi LinkAja	6
Gambar 1. 5 Daftar aplikasi <i>mobile wallet</i> terbesar di Indonesia	7
Gambar 1. 6 Survei Ipsos pengguna setia e-wallet	8
Gambar 1. 7 Uji t.....	34
Gambar 2. 1 Logo LinkAja.....	38
Gambar 2. 2 LinkAja gabungan BUMN.....	38
Gambar 3. 1 Uji t <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	98
Gambar 3. 2 Uji t Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	103
Gambar 3. 3 Uji t <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	108

