

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan berkat, hikmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *CUSTOMER LOYALTY CORK&SCREW*”** dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun untuk menyelesaikan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi, serta memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Universitas Pelita Harapan.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan doa dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, secara khusus kepada:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan
3. Ibu Ir. Dewi Surya Wuisan, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, ST., MM., M.Si., yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dan banyak memberikan masukan.
5. Seluruh dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.

6. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., Selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama kegiatan perkuliahan
7. Staff karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
8. Staff karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis dalam menyediakan sumber pustaka dalam penyusunan skripsi.
9. Orang tua dan adik penulis yang sudah memberikan dukungan secara moral dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh tahapan skripsi ini.
10. Hermawan, Renaldy, Patrick, Kevan, Hans, Kevin Johan, Rini Yovita, Charles, Broto, Leo, Agung dan seluruh teman-teman yang selalu setia menemani, memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun karena akan sangat bermanfaat bagi penulis demi kesempurnaan penulisan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Tangerang, 27 November 2020



Kenny Elton

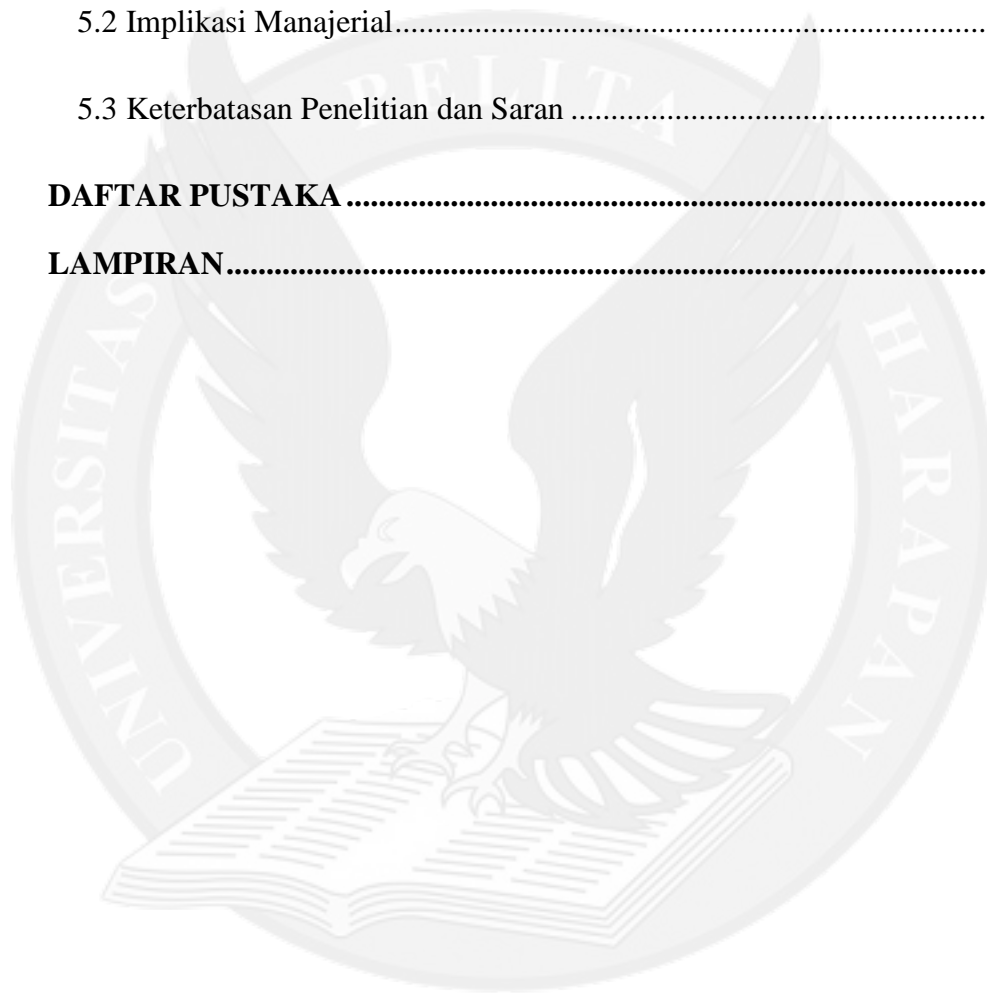
DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat penelitian	14
1.5 Batasan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II	17
2.1 Pemasaran.....	17
2.1.1 Customer Behavior	18
2.1.2 Experience Quality	19
2.1.3 Customer Perceived Value.....	23
2.1.4 Customer Satisfaction	26

2.1.5 Customer loyalty	29
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.2.1 Experience Quality dan Customer Perceived Value.....	32
2.2.2 Experience Quality dan Customer Satisfaction	34
2.2.3 Experience Quality dan Customer Loyalty.....	35
2.2.4 Customer Perceived Value dan Customer Satisfaction	36
2.2.5 Customer Perceived Value dan Customer Loyalty.....	37
2.2.6 Customer Satisfaction dan Customer Loyalty	38
2.3 Model Konseptual	40
BAB III.....	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Unit Analisis.....	43
3.3 Desain Penelitian.....	44
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	45
3.5 Pengukuran Variabel	47
3.6 Populasi dan Sampel	48
3.6.1 Populasi.....	48
3.6.2 Sampel	49
3.7 Statistik Deskriptif.....	50
3.8 Metode Pengumpulan Data	51

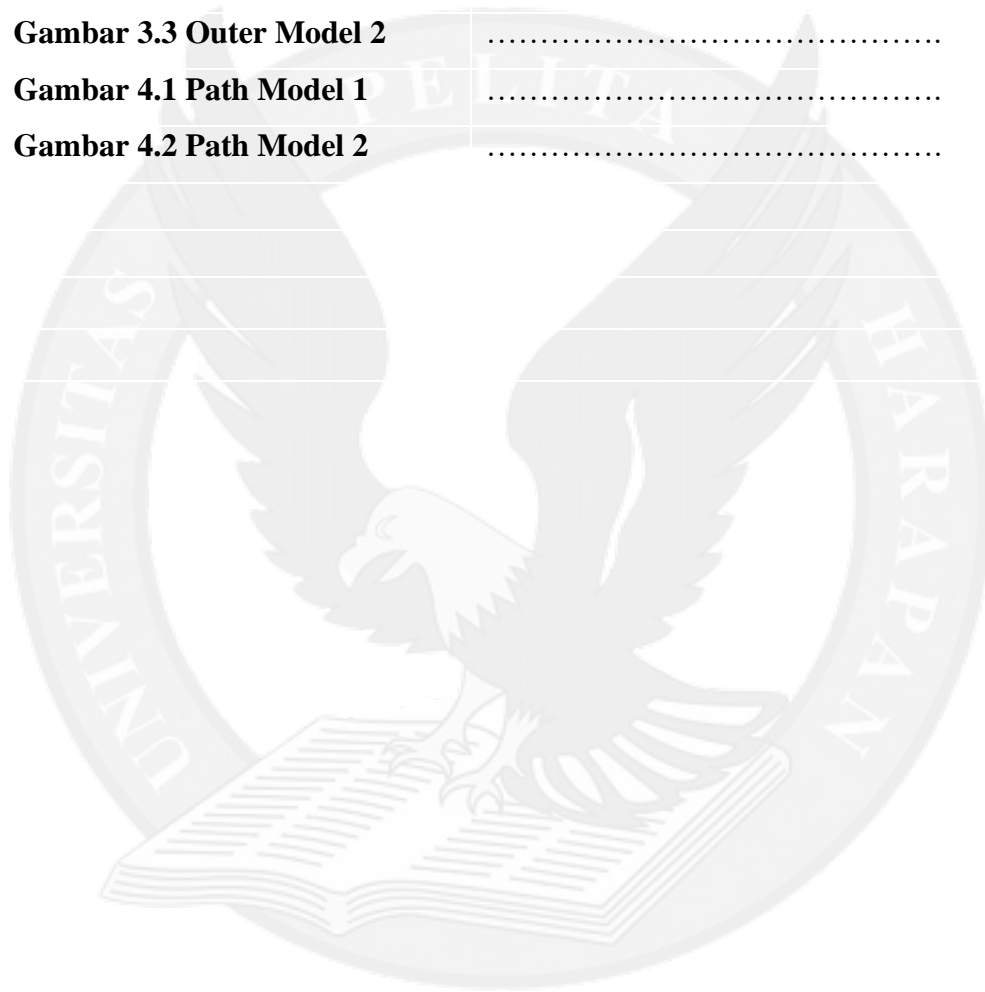
3.9 Teknik Pembuatan Kuesioner.....	52
3.10 Skala Pengukuran.....	56
3.11 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.12 Etika Pengumpulan Data.....	59
3.13 Validitas	60
3.14 Reliabilitas	61
3.15 Teknik Analisis Data.....	61
3.14.1 Structural Equation Modeling (SEM).....	61
3.14.2 Smart Partial Least Square.....	63
3.16 Uji Multikolinearitas	65
3.17 Preliminary Test.....	65
BAB IV	77
4.1 Karakteristik Responden	77
4.1.1 Jenis Kelamin.....	77
4.1.2 Usia.....	78
4.1.3 Pekerjaan.....	79
4.1.4 Domisili	79
4.1.5 Jumlah Pembelian	80
4.2 Hasil Analisis Data	81
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	81

4.2.2 Statistik Inferensial	89
4.3 Pembahasan	103
BAB V.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Implikasi Manajerial.....	109
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	40
Gambar 3.1 Model Penelitian	48
Gambar 3.2 Outer Model 1	66
Gambar 3.3 Outer Model 2	67
Gambar 4.1 Path Model 1	97
Gambar 4.2 Path Model 2	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Model Penelitian	3
Tabel 3.1 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	42
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Indikator	52
Tabel 3.3 Model Skala Interval	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan Tahap 1	68
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan Tahap 2	69
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Konvergen	71
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading)	72
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell- Lacker)	74
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait- Monotrait Ratio (HTMT))	75
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan	76
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	80
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian	80
Tabel 4.6 Limitation of Mean	82
Tabel 4.7 Lima Poin Skala Likert	82
Tabel 4.8 Mean Variabel Experience Quality	83

Tabel 4.9 Mean Variabel Customer Perceived Value	84
Tabel 4.10 Mean Variabel Customer Satisfaction	86
Tabel 4.11 Mean Variabel Customer Loyalty	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Outer Loadings Penelitian Aktual	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Konvergen	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Factor Loading)	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker)	93
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)	94
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual	95
Tabel 4.18 Inner VIF dari Studi Aktual	96
Tabel 4.19 Path Coefficients Bootstrapping	97
Tabel 4.20 Nilai R-Square	98
Tabel 4.21 Hasil Uji Mediasi	100
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	101