

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGALAMAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA
APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

NUR ALFIN PURNIAWAN

1902010058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGALAMAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA
APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

**NUR ALFIN PURNIAWAN
1902010058**

Diperiksa dan disetujui oleh:

Perbimbing



Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nur Alfin Purniawan
NIM : 1902010058
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Citra Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
2. Anggota I : Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
3. Anggota II : Alfalisyanto, S.E., Sy, M.E ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 14 April 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Alfin Purniawan

NIM : 1902010058

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 14 April 2023

Yang membuat pernyataan



Nur Alfin Purniawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Alfin Purniawan
NIM : 1902010058
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 14 April 2023

Menyatakan,

412AKX395589406

Nur Alfin Purniawan

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

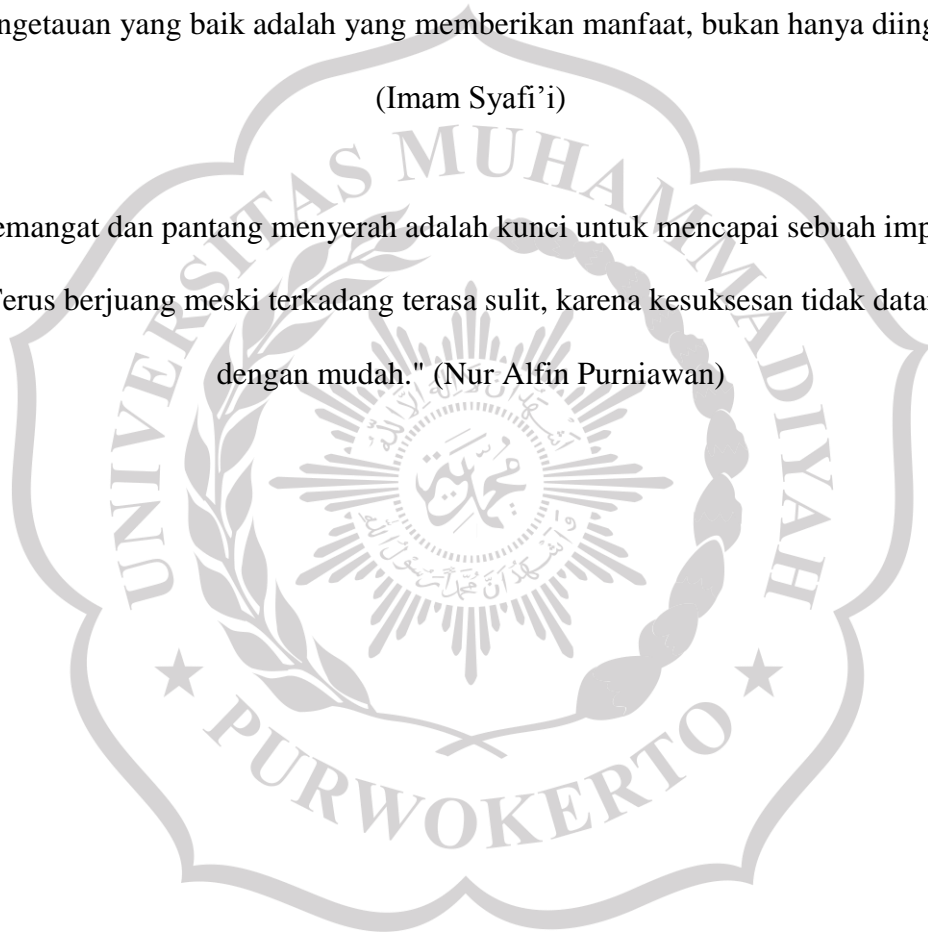
(QS. Al-Baqarah : 286)

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat ."

(Imam Syafi'i)

"Semangat dan pantang menyerah adalah kunci untuk mencapai sebuah impian.

Terus berjuang meski terkadang terasa sulit, karena kesuksesan tidak datang dengan mudah." (Nur Alfin Purniawan)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

- ❖ Terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan doa selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada ibu dan ayah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang Sarjana.
- ❖ Terima kasih kepada dosen pembimbing saya, Ibu Herni Justiana Astuti, S.E.,M.Si., Ph.D yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian yang diberikan selama proses bimbingan.
- ❖ Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberkati dan membalas segala bantuan dan doa yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Alfalisyado, S.E., Sy, M.E., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan informasi terkait perkuliahan.
5. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
6. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Alfalisyado, S.E., Sy, M.E, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk kedua orang tua saya Bapak Udin dan Ibu Ariyah, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk teman-teman satu angkatan Manajemen S1 2019, Terima kasih sudah memberikan kesan dan pengalaman selama berada di bangku perkuliahan
11. Terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu. Akhir kata penulis berharap dan berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wata'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.
Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 14 April 2023

Penulis



Nur Alfin Purniawan

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)**

Nur Alfin Purniawan¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

alfin13.purniawan@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Herni99@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan aplikasi Shopee. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan. Analisis data menggunakan *Struktural Equation Modeling* pendekatan *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Namun citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : citra merek, pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND CUSTOMER EXPERIENCE ON
CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION IN
THE SHOPEE APPLICATION***
(*Studies on Students in the City of Purwokerto*)

Nur Alfin Purniawan¹

***Faculty of Economics and Business,
University of Muhammadiyah Purwokerto***

alfin13.purniawan@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

***Faculty of Economics and Business,
University of Muhammadiyah Purwokerto***

Herni99@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, customer experience, and customer satisfaction on customer loyalty in the Shopee application. Questionnaires are used as a data collection tool. The purposive sampling method was used to select samples with various predetermined criteria. Data analysis using Structural Equation Modeling Partial Least Square approach. The results of this study reveal that brand image and customer experience have a significant positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty. Customer experience has a significant positive effect on customer loyalty. Brand image and customer experience have a significant positive effect on customer loyalty through customer satisfaction. However, brand image has no effect on customer loyalty.

Keywords : Brand image, customer experience, customer satisfaction, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	13
C. Pembatasan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	17
1. Perilaku Konsumen	17
2. Teori Afeksi dan Kognisi.....	20
3. Loyalitas Pelanggan	20
4. Citra Merek	25
5. Pengalaman Pelanggan	28
6. Kepuasan Pelanggan	31
B. Hasil Penelitian Terdahulu	35

C. Kerangka Pemikiran	45
D. Hipotesis.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi dan sampel	55
C. Metode pengumpulan data	58
D. Variabel Penelitian	60
E. Definisi Operasional.....	61
F. Metode Analisis Data.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	78
1. Gambaran umum shopee.....	78
2. <i>Response Rate</i>	78
3. Gambaran karakteristik responden.....	79
4. Analisis Statistik Deskriptif	82
5. Analisis Data.....	88
B. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	106
B. Keterbatasan Penelitian	107
C. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 3.1 Kerangka Diagram Jalur.....	69
Gambar 4.1 Uji Model Struktural	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung <i>e-commerce</i>	2
Tabel 1.2 Segmentasi Penelitian	4
Tabel 1.3 Top Brand Award Situs Jual Beli Online Tahun 2020-2022.....	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Rencana Penyebaran Kuesioner.....	58
Tabel 3.2 Definisi Operasional	61
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran.....	71
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	79
Tabel 4.2 Deskripsi responden.....	79
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	82
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	84
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Pengalaman Pelanggan	85
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	87
Tabel 4.7 <i>Convergent Validity</i>	89
Tabel 4.8 Nilai <i>AVE</i>	90
Tabel 4.9 Nilai <i>Composite reliability</i>	90
Tabel 4.10 Hasil penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh langsung	92
Tabel 4.11 Hasil penerimaan/penolakan hipotesis pengaruh tidak langsung	93
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Citra Merek	95
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pengalaman Pelanggan	97
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan.....	101
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 : Data Deskripsi Responden	123
Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Responden.....	128
Lampiran 4 : Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	129
Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	131
Lampiran 6 : Data Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	137
Lampiran 7 : Data Jawaban Responden Variabel Pengalaman Pelanggan	140
Lampiran 8 : Data Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	143
Lampiran 9 : Data Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	146
Lampiran 10 : Hasil <i>Outer Loading, Diskriminant Validity dan Composite Reliability</i>	149
Lampiran 11 : Uji Model Struktural	151
Lampiran 12 : Hasil Penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh langsung	152
Lampiran 13 : Hasil Penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh tidak langsung	153
Lampiran 14 : Nilai t tabel	154
Lampiran 15 : Bukti Sebar kuesioner secara <i>offline</i>	157