

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PADA
PT RIZKI EVANTI BERSAHAJA**

SKRIPSI



**Oleh :
Putri Meiyani
150910236**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PADA
PT RIZKI EVANTI BERSHAJA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Putri Meiyani
150910236**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Meiyani
NPM : 150910236
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Travel Pada PT Rizki Evanti Bersahaja

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Batam. 8 Agustus 2019


Putri Meiyani
150910236

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PADA
PT RIZKI EVANTI BERSHAJA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Putri Meiyani
150910236**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 8 Agustus 2019

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

PT. Rizki Evanti Bersahaja adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa biro perjalanan pariwisata di Batam. Dimana perusahaan menawarkan berbagai macam perjalanan kepada masyarakat. Konsumen lebih suka menggunakan produk atau layanan sesuai dengan pengalaman mereka, ini dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kembali layanan atau produk di waktu berikutnya. Konsumen juga memiliki kekuatan sensorik dimana mereka dapat merasakan kegembiraan (*sense*), kemudian mendapatkan emosi atau perasaan (*feel*), selain itu dengan pengalaman pelanggan, konsumen dapat berfikir (*think*) tentang niat mereka untuk mengundang konsumen lain bergabung menggunakan jasa perjalanan layanan karena mereka telah merasakan sendiri bagaimana perjalanan menggunakan jasa layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, Populasi berjumlah 183 responden dengan menggunakan Purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan uji t dan uji f sebagai acuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $f_{hitung} = 218,550 > f_{tabel} = 3,05$ dan $sig < 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *customer experience* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT Rizki Evanti Bersahaja.

Kata kunci: *Customer Experience*; Kepercayaan; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

PT. Rizki Evanti Bersahaja is a company engaged in tourism travel services in Batam. Where the company offers a variety of trips to the public. Consumers prefer to use products or services according to their experience, this can affect consumers to reuse services or products in the next time. Consumers also have a sensory power where they can feel the excitement (sense), then get an emotion or feeling (feel), besides that with the customer experience, consumers can think (think) about their intention to invite other consumers to join using travel services because they have experienced yourself how to travel with travel. This study aims to determine the effect of customer experience and trust on customer satisfaction using travel service of PT. Rizki Evanti Bersahaja. This research is about quantitative descriptive research, population totaling 183 respondents with multiple linear and using the t test and f test as research references. The results showed that $f_{hitung} = 218,550 > f_{tabel} = 3.05$ and $sig < 0.05$, it can be concluded that H_0 was rejected and H_a accepted, meaning that there is a significant influence on customer experience and trust in customer satisfaction using the services of PT Rizki Evanti Bersahaja.

Keywords: Customer Experience; Trust; customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu pernyataan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S. Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Hikmah, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Orang tua tercinta Ibu dan Ayah yang selalu mendoakan dan mendukung anak-anaknya sehingga Allah SWT melimpahkan rahmat dan ridhonya kepada keluarga kita.
7. Adik-adik penulis tercinta Febri dan Riandi dan seluruh keluarga besar penulis, yang selalu memberikan doa, semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat tercinta penulis Salviana Rosmawati (salvi) dan Yunia Santika (Yuni) yang selalu memberikan doa, motivasi, semangat dan nasihat selama penulis menyelesaikan Skripsi ini. *Thanks lek-lek awaq.*
9. Kekasih tercinta penulis M. Syarif Syam yang selalu memberikan dorongan dan semangat selama penulis menyelesaikan Skripsi ini.
10. *Bangtan Seonyondan (BTS)* yang selalu memberi semangat, motivasi dan menemani penulis menyelesaikan Skripsi ini melalui lagu-lagunya. *You've shown me I have reasons I should love myself.*
11. Sahabat sekaligus keluarga tercinta penulis Army yg selalu memberikan semangat serta dorongan untuk penulis selama menyelesaikan Skripsi ini. *I purple you guys.*

12. Sahabat penulis di kantor Tere, Kak Juli, Bg Masri, Laras & Putri yang selalu memberikan semangat untuk penulis agar termotivasi segera menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
13. Seluruh Staff PT Rizki Evanti Bersahaja, terutama ibu Vivi Evanti Hasibuan terimakasih atas semua bantuan dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Batam, Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Peneliatian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Aspek Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 <i>Customer Experience</i>	9
2.1.2 Kepercayaan.....	12
2.1.3 Kepuasan Konsumen	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Operasional Variabel	25
3.1.1 Variabel Dependen.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	27

3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel	28
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	29
3.3	Metode Analisis Data	32
3.3.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.3.2	Uji Kualitas Data	34
3.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.3.4	Uji Pengaruh	38
3.3.5	Uji Hipotesis	39
3.6	Lokasi Penelitian	41
3.7	Waktu Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	47
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Analisis Deskriptif	49
4.2.2	Uji Kualitas Data.....	53
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.4	Uji Multikolinearitas	59
4.2.5	Uji Heterokedastisitas	60
4.2.6	Uji Pengaruh	61
4.2.7	Uji Hipotesis	63
4.3	Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		69
1.1	Kesimpulan	69
1.2	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	46
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Konsumen	55
Gambar 4.7	Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Konsumen	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Data Pengguna Jasa Travel PT Rizki Evanti Bersahaja	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.2	Indikator Variabel Dependen	26
Tabel 3.3	Indikator Variabel Independen.....	27
Tabel 3.4	Rumus Slovin	29
Tabel 3.5	Skala Likert	31
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1	Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i>	47
Tabel 4.2	Deskriptif Variabel Kepercayaan	48
Tabel 4.3	Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas <i>Customer Experience</i>	52
Tabel 4.5	Hasil Uji ValiditasKepercayaan	52
Tabel 4.6	Hasil Uji ValiditasKepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji ValiditasReliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Persamaan Regresi.....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji T	61
Tabel 4.12	Hasil Uji F	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Determinasi (R ²).....	63

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Pearson Moment</i>	33
Rumus 3.2 <i>Cronbach's Alpha</i>	34
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	37