

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA
PERUSAHAAN, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT ARMADA LINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI



**Oleh:
Sherly Viona
190910038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA
PERUSAHAAN, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT ARMADA LINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Sherly Viona
190910038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sherly Viona
NPM : 190910038
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ARMADA LINTAS SAMUDRA”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam 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 di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 14 Januari 2023



Sherly Viona

190910038

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA
PERUSAHAAN, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT ARMADA LINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI

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

Oleh:

Sherly Viona

190910038

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

Batam, 14 Januari 2023



Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Pada zaman yang semakin maju ini, persaingan antar perusahaan termasuk perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi pun semakin ketat. Berbagai upaya pun dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan pelanggan untuk terus loyal dengan perusahaan mengingat pentingnya pelanggan bagi suatu perusahaan. Untuk itu, hal yang dapat dilakukan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan pelayanan menggunakan strategi yang tepat. Penelitian ini dilakukan pada PT Armada Lintas Samudra yang bergerak dibidang ekspedisi. Permasalahan yang didapati dari perusahaan ini adalah kurangnya kepercayaan dari pelanggan karena waktu dalam penerimaan barang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan sebelumnya. Permasalahan selanjutnya yang didapati adalah menurunnya citra perusahaan di mata publik karena jumlah pelanggan yang mengalami penurunan. Permasalahan lainnya yang didapati adalah kurang baiknya pengalaman pelanggan akibat dari lambatnya respon dari karyawan dalam memberikan penawaran harga kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PT Armada Lintas Samudra sebanyak 197 responden. Teknik pengolahan data menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan dan keduanya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan agar PT Armada Lintas Samudra mampu bersaing menghadapi perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi.

Kata Kunci: Kepercayaan, Citra Perusahaan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas, Ekspedisi

ABSTRACT

In this increasingly advanced era, competition between companies, including companies engaged in shipping, is getting tougher. Various efforts have been made by a company to retain customers to continue to be loyal to the company considering the importance of customers for a company. For this reason, what the company can do is to improve services using the right strategy. This research was conducted at PT Armada Lintas Samudra which is engaged in expeditions. The problem found from this company is a lack of trust from customers because the time in receiving goods is not in accordance with what was previously promised. The next problem found is the decline in the company's image in the public eye because the number of customers has decreased. Another problem found is the poor customer experience resulting from the slow response from employees in providing price offers to customers. The purpose of this study was to determine the effect of trust, corporate image, and customer experience on customer loyalty at PT Armada Lintas Samudra. The research method used in this study is to use a quantitative approach. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 197 respondents to customers of PT Armada Lintas Samudra. Data processing techniques using SPSS 25 software. The results showed that trust, corporate image, and customer experience affect customer loyalty and both have a significant effect on customer loyalty. This research was conducted so that PT Armada Lintas Samudra can compete against companies engaged in expeditions.

Keywords: *Trust, Corporate Image, Customer Experience, Loyalty, Expeditions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., Selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Seluruh responden yang telah bersedia dalam pengisian kuesioner;
7. PT Armada Lintas Samudra yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini;
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
9. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan Universitas Putera Batam yang saling memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini dan memberikan dukungan untuk terus menyelesaikan skripsi ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 14 Januari 2023



Sherly Viona

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	10
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	10
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.2 Kepercayaan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	13
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	14
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	15
2.1.3 Citra Perusahaan.....	16
2.1.3.1 Pengertian Citra Perusahaan	16

2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Perusahaan	17
2.1.3.3 Indikator Citra Perusahaan.....	18
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	20
2.1.4.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	20
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	21
2.1.4.3 Indikator <i>Customer Experience</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.3.2 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sifat Penelitian	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	32
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.3.2 Periode Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	33
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	33
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	39
3.8.2.1 Uji Validitas	39
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	41

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	41
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.4 Uji Pengaruh	43
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.9 Uji Hipotesis	44
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	44
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	48
4.1.2 Logo Perusahaan	48
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa	51
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1)	53
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (X2).....	54
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> (X3).....	55
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	56
4.4 Analisis Data	57
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	57
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	57
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	60
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	60
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
4.4.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	64
4.4.3 Uji Pengaruh	64
4.4.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5 Uji Hipotesis	67

4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)	67
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	68
4.6 Pembahasan.....	69
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.6.2 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.6.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	70
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	70
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	71
4.7.1 Implikasi Teoritis	71
4.7.2 Implikasi Praktis	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
Lampiran I Pendukung Penelitian	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Logo PT Armada Lintas Samudra	48
Gambar 4. 2 Histogram Normalitas.....	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas (P-P plot)	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Loyalitas Pelanggan PT. Armada Lintas Samudra Tahun 2022 ...	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1	Periode Penelitian.....	32
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Dependen dan Independen	35
Tabel 4. 1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4. 4	Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa	51
Tabel 4. 5	Kriteria Analisis Deskriptif	53
Tabel 4. 6	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1).....	53
Tabel 4. 7	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (X2).....	54
Tabel 4. 8	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Customer Experience (X3)	55
Tabel 4. 9	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	56
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1).....	57
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X2)	58
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Variabel Customer Experience (X3)	58
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	59
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 15	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4. 16	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 17	Hasil Uji Heterokedastisitas	64
Tabel 4. 18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4. 20	Hasil Uji T.....	67
Tabel 4. 21	Hasil Uji F	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Uji Validitas	39
Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda.....	43
Rumus 3. 3 Uji t	45
Rumus 3. 4 Uji F	46
Rumus 4. 1 Rentang Skala.....	52
Rumus 4. 2 R Tabel.....	57