

**PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI
MELALUI NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Yefta Alvin Saputra

NPM: 190324809

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

Skripsi

**PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI
MELALUI NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**



Disusun Oleh:

Yefta Alvin Saputra

NPM: 190324809

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo', written over a vertical line.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Tanggal 14 Juni 2023

Skripsi

**PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI
MELALUI NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Yefta Alvin Saputra

NPM: 19 03 24809

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji


pada tanggal 14 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

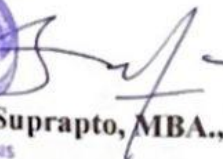

Nadia Nita Sari, SE., MBA.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Yogyakarta, 14 Juli 2023

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**




Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME


Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI MELALUI NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, gagasan, maupun kutipan langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau karya orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Yang menyatakan



Yefta Alvin Saputra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kasih kurnia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi perkuliahan dan karya tugas akhir dengan judul “Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap Niat Beli Melalui Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu tentu karena adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

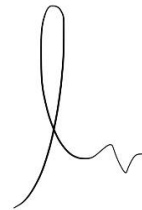
1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu menyertai, membimbing, memberkati, dan memberikan kekuatan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang selalu mendoakan, menyemangati dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
4. Saudara, Joshua dan Kezia yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

5. Teman-teman yang selalu memberikan semangat, masukan, dan mendukung penulis dalam proses penulisan skripsi.
6. Teman-teman seper bimbingan yang selalu saling memberikan masukan dan saling memberi bantuan maupun semangat kepada satu sama lain.
7. Semua pihak yang membantu penulis dalam proses penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulisan di masa yang akan datang akan menjadi lebih baik. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Penulis,



Yefta Alvin Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pengertian Keterlibatan Pelanggan	9
2.1.2 Pengertian Nilai yang Dirasakan.....	10

2.1.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.1.4 Pengertian Niat Beli	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan	15
2.3.2 Nilai yang Dirasakan Dapat Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan	15
2.3.3 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan	16
2.3.4 Nilai Yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan Secara Serial Dapat Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan	17
2.4 Kerangka Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Objek, Lokasi, dan Subjek Penelitian	20
3.1.1 Objek Penelitian	20
3.1.2 Setting Penelitian	20
3.1.3 Subjek Penelitian.....	20
3.1.4 Populasi dan Sample Penelitian	20
3.1.5 Variabel Penelitian	21

3.1.6 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.2 Metode Pengujian Instrumen	22
3.2.1 Hasil Uji Validitas	22
3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	24
3.2.3 Uji Regresi Linier.....	25
3.2.4 Uji Path	25
3.3 Indikator Variabel Penelitian	25
3.3.1 Variabel Keterlibatan Pelanggan.....	26
3.3.2 Niat Beli Pelanggan.....	26
3.3.3 Nilai yang Dirasakan.....	26
3.3.4 Kepuasan Pelanggan	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Analisis Deskriptif	28
4.1.1 Karakteristik Responden	28
4.1.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	32
4.2 Uji Hipotesis	37
4.2.1 Pengaruh Keterlibatan Pelanggan, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli.....	37
4.2.2 Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan	40

4.2.3 Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Nilai yang Dirasakan.....	42
4.2.4 Uji Variabel Mediasi.....	44
4.3 Pembahasan.....	47
4.3.1 Keterlibatan Pelanggan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Pelanggan	47
4.3.2 Nilai yang Dirasakan Dapat Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan.....	48
4.3.3 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan.....	49
4.3.4 Nilai Yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan Secara Serial Dapat Memediasi Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Niat Beli Pelanggan	51
BAB V KESIMPULAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Implikasi Manajerial	54
5.3 Saran.....	55
5.4 Kelemahan Penelitian.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN 1	64
LAMPIRAN 2	67
LAMPIRAN 3.....	77

LAMPIRAN 4.....	80
LAMPIRAN 5.....	81
LAMPIRAN 6.....	83
LAMPIRAN 7.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	23
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	28
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	29
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	31
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terkait Keterlibatan Pelanggan	32
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terkait Keterlibatan Pelanggan	33
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terkait Nilai yang Dirasakan.....	34
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terkait Nilai yang Dirasakan.....	34
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terkait Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Terkait Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Terkait Niat Beli	36
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Terkait Niat Beli	37
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Terhadap Niat Beli	37
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	40
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Terhadap Nilai yang Dirasakan.....	43
Tabel 4. 15 Uji Variabel Mediasi melalui PROCESS di SPSS	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengeluaran Masyarakat Indonesia melalui Ecommerce.....	3
Gambar 1. 2 Tangkapan layer Instagram Prepp Studio	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	18
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Gambar 4. 2 Karakteristik responden Berdasarkan Umur	30
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	31



**PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI
MELALUI NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Disusun Oleh:

Yefta Alvin Saputra

NPM: 190324809

Dosen Pembimbing:

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti pengaruh keterlibatan pelanggan terhadap niat beli produk pakaian Prepp Studio. Penelitian ini menggunakan dua variabel mediasi diantaranya adalah nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 107 responden di Indonesia yang pernah melakukan pembelian produk Prepp Studio. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS dan PROCESS untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara langsung maupun tidak langsung keterlibatan pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap niat beli pelanggan. Bahkan secara serial, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh keterlibatan pelanggan terhadap niat beli pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Niat Beli, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan pelanggan