

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
VARIABEL MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Batik Air)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Pernyataan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

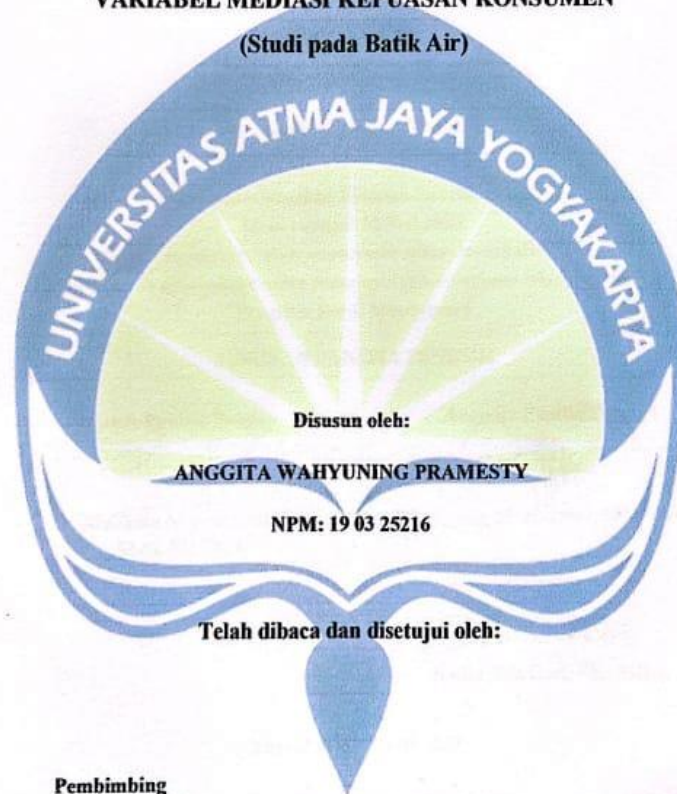
Anggita Wahyuning Pramesty

NPM: 190325216


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

Skripsi

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
VARIABEL MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Batik Air)**



Pembimbing


Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

13 Juni 2023

Skripsi

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL MEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Batik Air)**


yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Anggita Wahyuning Pramesty
NPM: 19 03 25216

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 13 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


**W. Mahestu N. Krisjanti, Se.,
M.Sc.IB, Ph.D.**


Anggota Panitia Penguji


Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.S.Si.


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, Juli 2023

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


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

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
VARIABEL MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Batik Air)**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah dicantumkan secara tertulis di dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi ini, maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juni 2023

Yang Menyatakan



Anggita Wahyuning Pramesty

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengalaman konsumen dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi pada Batik Air)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna mencapai gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberkati, menyertai, dan mendengar semua doa dan harapan penulis untuk segala proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Stephanus Sugito, Mama Valentina Suparmi, Adik Aldino, Adik Putra tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Pihak Beasiswa UAJY 2019 khususnya suster Florentine dan suster Sophia yang senantiasa memberikan penguatan melalui doa, refleksi, dan dukungan semangat untuk penulis selama 4 tahun ini.
4. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan penulis dalam hal KRS tiap semester sampai akhir pengambilan skripsi ini.
5. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mendampingi, memberi masukan, dan membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan kesan terbaik pada penulis ketika berada dalam masa studi.

7. Andrew Oktavianes yang senantiasa membantu, mendampingi, mendoakan, menghibur, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberi dukungan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman “Tapakdara” yaitu kak Niken, Kak Valen, Cindy, Sabeth, Nadya, Wulan, Serly, dan Legio yang selalu menghibur dan memberikan dukungan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman “BM” yaitu Kalis, Mahar, Agatha, Lidia, Yolanda, Calvin, Teman Calvin (Ifan), Naufal, Lola dan lainnya yang selalu memberikan semangat kepada penulis dari awal kuliah sampai mendapatkan gelar sarjana.
10. Teman-teman “BPM FBE UAJY” yang sudah menjadi keluarga kedua di perkuliahan yang ikut serta mendoakan dan memberikan dukungan penulis lulus tepat waktu.
11. Teman-teman “Fantastic 4” yaitu Erick, Nando, dan Stanley yang sudah menjadi teman seperjuangan penulis semasa kuliah.
12. Teman-teman “Student Staf Perpustakaan UAJY” yang menemani dan memberikan banyak pengalaman baru, keahlian baru bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
13. Teman-teman bimbingan skripsi Bu Nadia yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh teman penulis dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan, memberi semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Terakhir ucapan terima kasih penulis kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penulis,



Anggita Wahyuning Pramesty

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Pengalaman pelanggan.....	12
2.1.2. Persepsi Harga.....	13
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	16
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1. Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan... 30	
2.3.2. Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.... 31	
2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan pelanggan..... 32	
2.3.4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas pelanggan	32
2.3.5. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	33
2.3.6. Pengaruh Kepuasan pelanggan Memediasi Pengalaman pelanggan dan Loyalitas pelanggan	33

2.3.7. Pengaruh Kepuasan pelanggan Memediasi Persepsi Harga dan Loyalitas pelanggan	34
2.3. Kerangka Penelitian	34
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Lingkup Penelitian	35
3.1.1. Jenis Penelitian.....	35
3.1.2. Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	35
3.1.3. Populasi dan Sampel	36
3.2. Metode Pengumpulan Data	38
A. Primer.....	38
B. Sekunder	39
3.3. Definisi Operasional.....	40
3.4. Pengukuran Data	43
3.5. Metode Analisis Data	43
3.5.1. Statistik Deskriptif	43
3.5.2. Pengujian Instrumen.....	44
3.5.3. Alat Analisis.....	47
BAB IV	53
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Pengantar	53
4.2. Hasil Statistik Deskriptif	54
4.2.1. Distribusi Data	54
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Bulanan.....	59
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Penerbangan Batik Air Indonesia	60
4.2.7. Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Terbang Dengan Batik Air Indonesia Dalam 1 Tahun Terakhir.....	61
4.3. Analisis Deskriptif.....	62
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan	63

4.3.2.	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	65
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	66
4.3.4.	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	67
4.4.	Hasil Analisis Partial Least Squared (PLS).....	69
4.4.1.	Evaluasi Model Pengukuran / <i>Outer Model</i>	69
4.4.2.	Evaluasi Model Struktural / <i>Inner Model</i>	76
4.5.	Pengujian Hipotesis	79
4.5.1.	Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.5.2.	Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	81
4.5.3.	Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.5.4.	Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.5.5.	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.6.	Uji Mediasi.....	82
4.6.1.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	83
4.6.2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
4.7.	Pembahasan Hipotesis	87
4.7.1.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	87
4.7.2.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	88
4.7.3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.7.4.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.7.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
4.7.6.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengalaman Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	91
4.7.7.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan.....	91
BAB V.....		93
PENUTUP.....		93
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Implikasi Manajerial.....	95
5.3.	Keterbatasan Penelitian	96
5.4.	Saran Penelitian Kedepan.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lima Maskapai Penerbangan Pilihan Masyarakat Indonesia	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert Lima Poin	43
Tabel 3. 3 Tabel Nilai Interval Kelas	44
Tabel 4. 1 Responden yang melakukan pembelian tiket pesawat Batik Air minimal 1 kali dalam 2 tahun terakhir.....	55
Tabel 4. 2 Responden yang melakukan check-in dan terbang menggunakan pesawat Batik Air Indonesia minimal 1 kali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.....	56
Tabel 4. 3 Hasil Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 4 Hasil Profil Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 5 Hasil Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Profil Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Bulanan	60
Tabel 4. 7 Hasil Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Penerbangan Batik Air Indonesia.....	61
Tabel 4. 8 Hasil Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Terbang Dengan Batik Air Indonesia Dalam 1 Tahun Terakhir	62
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan	63
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4. 13 Outer Loadings (Measurement Model) I	71
Tabel 4. 14 Outer Loadings (Measurement Model) II.....	72
Tabel 4. 15 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	73
Tabel 4. 16 Hasil Cross Loading.....	74
Tabel 4. 17 Hasil Cronbach's Alpha	75
Tabel 4. 18 Hasil Composite Reliability	76
Tabel 4. 19 Hasil R-Square	77
Tabel 4. 20 Hasil Q-Square.....	78
Tabel 4. 21 Hasil Path Coefficient	80

Tabel 4. 22 Specific Indirect Effects	82
Tabel 4. 23 Hasil Uji Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	85
Tabel 4. 24 Hasil Uji Kepuasan Pelanggan Memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Penumpang Pesawat Domestik dan Internasional.....	2
Gambar 1. 2 Tujuh Maskapai Penerbangan Paling Tepat Waktu di Indonesia	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	34
Gambar 3. 1 Model Uji Mediasi	51
Gambar 3. 2 Alur Pengelompokkan Mediasi.....	52
Gambar 4. 1 Struktur Model Penelitian Awal.....	69
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS Alogarithm	70
Gambar 4. 3 Structural Model.....	77
Gambar 4. 4 Hasil Penghitungan Boostraping	79
Gambar 4. 5 Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	84
Gambar 4. 6 Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	104
A. Pertanyaan <i>Filter</i>	104
B. Identitas Responden (Pertanyaan Demografi)	104
C. Pertanyaan Penelitian (Kuesioner)	106
LAMPIRAN II	109
LAMPIRAN III	119
LAMPIRAN IV	120
LAMPIRAN V	146



**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
VARIABEL MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Batik Air)**

Anggita Wahyuning Pramesty

Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari pengalaman konsumen dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan variabel mediasi kepuasan konsumen (studi pada Batik Air). Total keseluruhan responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 172 responden dengan 141 di antaranya berhasil memenuhi kriteria pertanyaan *filter*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dengan menggunakan *platform Google Form* melalui *social media*. Analisis data dilakukan menggunakan *Smart Partial Least Square* (SmartPLS) 4.0. Hasil yang diperoleh adalah pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan namun persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada hasil uji mediasi, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh pengalaman

pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan, dengan jenis mediasi *complementary mediation*. Namun, kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi variabel persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, dengan jenis tanpa mediasi berupa *direct-only nonmediation*.

Kata Kunci: Maskapai Batik Air Indonesia, Pengalaman pelanggan, Persepsi Harga, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.

