

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI  
( STUDI PADA USAHA DAGANG ARI TAHU)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1)**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Nugrahyanda Naptali Simanjuntak**

**NPM : 200325421**

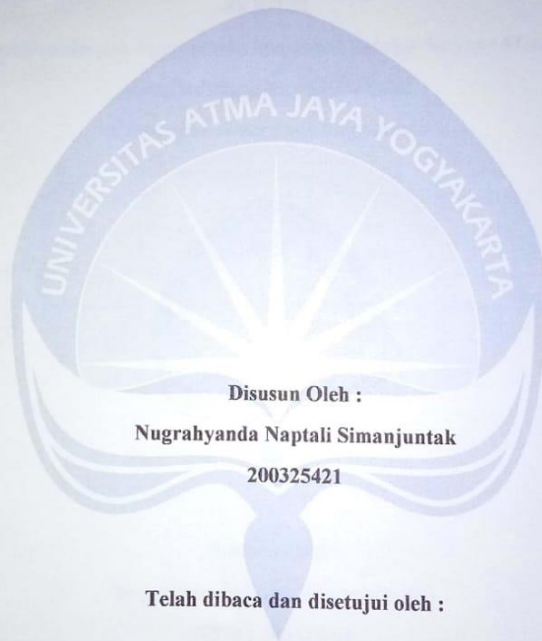
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN PEMASARAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA USAHA DAGANG  
ARI TAHU)**



**Disusun Oleh :**

**Nugrahyanda Naptali Simanjuntak**

**200325421**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JP', is written over a vertical line that extends downwards from the signature area.

**Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.**

**10 juni 2024**

## SKRIPSI

PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN PEMASARAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA USAHA DAGANG  
ARI TAHU)

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Nugrahyanda Naptali Simanjuntak

200325421

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

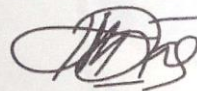
Pada tanggal 16 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

## SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Dosen Penguji

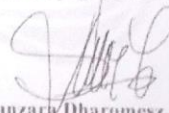


Th Diah Widiastuti, S.E., M.Si.

Anggota Penguji



Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.



Vonezyo Yupanzari Dharomesz, S.E., MBA.

Yogyakarta, Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Krisjanti, S.E., M.Sc.IB., Ph.D

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN PEMASARAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA USAHA DAGANG ARI  
TAHU)**

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tentunya dengan arahan dari dosen pembimbing. pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 08 Juni 2024

Yang Menyatakan:



Nugrahyanda Naptali Simanjuntak

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena hanya dengan berkat dan rahmat-Nya, penulisan skripsi dengan judul *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Usaha Dagang Ari Tahu)* dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, secara khusus penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

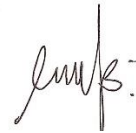
1. Tuhan Yesus Kristus yang telah membantu dan memberikan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini;
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi, doa, dan kasih sayang kepada penulis;
3. Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta;
4. Jarot Priyogutomo C,Drs,MBA. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memotivasi, dan memberikan saran serta masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
5. Saudara Ari selaku pemilik dari Usaha Dagang Ari Tahu yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti usaha miliknya serta mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;

6. Warga Padukuhan Watubelah dan pelanggan dari Usaha Dagang Ari Tahu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini;
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu proses belajar mengajar dan telah memberikan ilmu serta arahan kepada penulis selama menempuh studi;
8. Saudari Raynisha Agripa selaku *partner* dari penulis yang selalu mendukung, membantu, memberikan semangat, dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini;
9. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 99 yakni Arya, Bening, Delvi, Irrine, Kris, Raynisha, Ronald, Sabina, dan Vira;
10. Teman-teman kos putra Banyuadji pugeran yakni Rapli, Yansen, Kevin, Dwi yang selalu ada ketika penulis dalam keadaan susah dan senang;
11. Teman-teman Futsal Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Futsal Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Futsal Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Futsal Kalimantan yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis;
12. Teman-teman Manajemen Basa Basi yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;

13. Alberitus, Sojo, Richrad, Vale, Gres, Tika, selaku teman bermain penulis pada saat masih di bangku perkuliahan yang telah mendukung penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Tak ada gading yang tak retak, skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan yang perlu diperbaiki sehingga segala bentuk kritik serta saran yang membangun masih sangat diperlukan untuk membantu peneliti selanjutnya, Semoga skripsi ini dapat memberikan dampak positif dalam menambah wawasan serta pengetahuan bagi pembaca. Terimakasih.

Yogyakarta, 8 Juni 2024



Nugrahyanda Naptali Simanjuntak

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN PEMASARAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA USAHA DAGANG ARI  
TAHU)**

**Disusun Oleh :**

**Nugrahyanda Naptali Simanjuntak**

**NPM : 200325421**

**Pembimbing :**

**Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari nilai pelanggan dan pengalaman pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Penelitian ini berfokus pada Usaha Dagang Ari Tahu. Data yang digunakan adalah data kuisioner secara *online* dan *offline*. Data yang diperoleh sebanyak 54 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda serta dilakukan uji mediasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, pengalaman pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan mampu memediasi nilai pelanggan dan pengalaman pemasaran terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci** : Nilai Pelanggan, Pengalaman Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Ari Tahu.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
1.5. Sistematika Penulisan Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Nilai Pelanggan .....	11
2.1.2. Pengalaman Pemasaran.....	16
2.1.3. Kepuasan pelanggan.....	18
2.1.4. Loyalitas Pelanggan .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	31

2.3.1.	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	31
2.3.2.	Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.3.	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	33
2.3.4.	Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan .	34
2.3.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.3.6.	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan .....	35
2.3.7.	Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	36
2.4.	Kerangka Penelitian .....	37
BAB III .....		39
METODOLOGI .....		39
3.1.	Jenis Penelitian dan Objek Penelitian .....	39
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	39
3.1.2.	Objek Penelitian .....	40
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
3.2.1.	Populasi.....	40
3.2.2.	Sampel Peneltian.....	40
3.3.	Definisi Operasional.....	41
3.4.	Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4.1.	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.	Alat dan Instrumen Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Metode Pengujian Instrumen.....	51
3.6.1.	Uji Validitas .....	51
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	53
3.7.	Metode Analisis Data .....	54
3.7.1.	Analisis Profil Responden.....	54
3.7.2.	Statistik Deskriptif .....	55
3.7.3.	Uji Regresi Linier Berganda .....	57
3.7.4.	Uji T .....	58
3.7.5.	Uji Mediasi.....	59
3.7.6.	Uji F .....	60

3.7.7. Uji Koefisien Determinasi .....	61
BAB IV .....	63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1. Pengantar .....	63
4.2. Analisis Profil Responden .....	63
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3. Analisis Deskriptif.....	65
4.3.1. Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Nilai Pelanggan (X1) 65	
4.3.2. Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Pengalaman Pemasaran (X2).....	67
4.3.3. Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 69	
4.3.4. Deskripsi Tanggapan Responden Pada Varabel Mediasi Kepuasan Pelanggan (M).....	70
4.4. Uji Regresi Linier Berganda.....	72
4.5. Uji T .....	73
4.6. Uji Mediasi .....	77
4.6.1. Uji Mediasi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	78
4.6.2. Uji Mediasi Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	79
4.7. Uji F.....	80
4.8. Koefisien Determinasi .....	83
4.9. Pembahasan .....	85
4.9.1. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	85
4.9.2. Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan	86
4.9.3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	87
4.9.4. Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan .	88
4.9.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.9.6. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	89

4.9.7.    Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	91
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1.    Kesimpulan.....	92
5.1.1.    Profil Responden.....	92
5.1.2.    Analisis Responden.....	92
5.2.    Hasil Pembuktian Hipotesis .....	93
5.2.1.    Nilai Pelanggan Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	93
5.2.2.    Pengalaman Pemasaran Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	93
5.2.3.    Nilai Pelanggan Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
5.2.4.    Pengalaman Pemasaran Memilki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	95
5.2.5.    Kepuasan Pelanggan Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
5.2.6.    Nilai Pelanggan Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan .....	96
5.2.7.    Pengalaman Pemasaran Memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan .....	97
5.3.    Implikasi Manajerial.....	98
5.4.    Keterbatasan dan Saran .....	100
5.4.1.    Keterbatasan Penelitian.....	100
5.4.2.    Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN.....	113

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran ..... 38

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penilaian .....	44
Tabel 3. 2 Indikator Penilaian .....	50
Tabel 3. 3 Uji Validitas Instrumen.....	52
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 3. 5 Kategori Skala.....	57
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Pada Variabel Nilai Pelanggan .....	65
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Pada Variabel Pengalaman Pemasaran.....	67
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan .....	69
Tabel 4. 6 Tanggapan Respodnen Pada Variabel Kepuasan Pelanggan .....	70
Tabel 4. 7 Uji Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4. 8 Uji T hitung (Pengujian Hipotesis Variabel Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan) .....	74
Tabel 4. 9 Uji T hitung ( Pengujian Hipotesis Variabel Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pemasaran Terhadap Kerpuasan Pelanggan) .....	81
Tabel 4. 10 Uji F hitung .....	83