

**PENGARUH EXPERIENTIAL VALUE, SERVICE QUALITY DAN
TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME DI
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

**PENGARUH EXPERIENTIAL VALUE, SERVICE QUALITY DAN
TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME DI
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

SKRIPSI

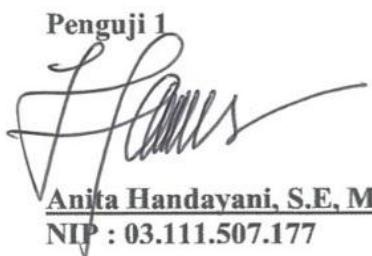
**PENGARUH EXPERIENTIAL VALUE, SERVICE QUALITY DAN
TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME DI
KABUPATEN GRESIK**

Oleh :
RIFKI ARIKAH AN NAMLA
16312024

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal : 27 Juli 2020

Pembimbing 1

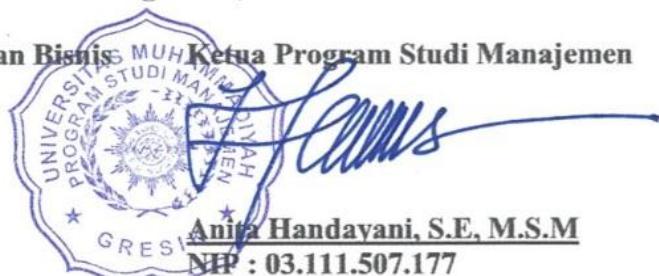
Sukaris S.E M.S.M
NIP : 03.110.506.119

Penguji 1

Anita Handayani, S.E, M.S.M
NIP : 03.111.507.177

Penguji 2

Abdurrahman Faris I.H, SE., M.S.M.
NIP : 03.111.507.176

Mengetahui,



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :
Pengaruh Experiential Value, Service Quality dan Trust terhadap Customer Loyalty indihome di Kabupaten Gresik.

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 27 Juli 2020 merupakan hasil karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk kalimat atau simbol yang mana menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 27 Juli 2020



Rifki Arikah An Namla

MOTTO

“jadilah orang yang intan jangan pernah menjadi orang yang instan”

-Rifki Arikah An Namla-

“maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

-QS : Al Insyirah : 5-

PERSEMPAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Sifullah dan Ibu Rodiyah selaku orang tua yang telah senantiasa mendukung dan mendoakan dalam segala hal yang saya lakukan.
2. Fitri Wahyu Wigati selaku kakak satu satunya yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
3. Muhammad Azka Adyatama selaku keponakan yang selalu mengibur dan memberikan semangat.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “ Pengaruh *Experiential Value, Service Quality, dan Trust Terhadap Customer Loyalty Indihome di Kabupaten Gresik”.*

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr, Ir. Setyo Budi, M.S selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani,S.E., M.S.M. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Sukaris S.E., M.SM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketekunan membimbing penulis dalam menulis skripsi ini.
5. Ibu Rodiyah dan Bapak Saifullah sebagai orang tua yang selalu memberikan support dan doa yang tulus, kakak perempuan yang tersayang Fitri Wahyu Wigati, keponakan yang selalu menghibur Azka , kakak ipar Andik, juga untuk seuruh keluarga yang sudah mendukung, menyemangati dan mendoakan sepenuh hati.
6. Manajemen A Sore yang sudah menemani selama 4 tahun berlalu.
7. Fatimatuz Zahroh, Dewi Ayu Gandini, Nikmatus Sholikha dan Arif Rifqi Zakaria yang sudah mengarahkan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini

8. Ifadatul Illiyin yang sudah memberikan semangat dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. POOP 123 (Hamida, Fafa, Dhila, Mala, Yanti, Ocha, Icha, Cyntia, Thais) yang selalu menghibur dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. karyawan PT Telkom Akses Devisi Warehouse, Mas Danu, Mas Malik, Mas Febri dan Mas Riko yang sudah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat, dan teman-teman Semua pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengetahuan, wawasan, motivasi, semangat, dan bantuan dalam membantu mengerjakan tugas akhir.

Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi penulisan dan juga isi yang terkandung didalamnya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian yang lain dimasa yang akan datang. Penulis berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Gresik, 27 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERSEMBERAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSRTAKSI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Experiential Value</i>	13
2.2.1.1 Pengertian <i>Experiential Value</i>	13
2.2.1.2 Karakteristik <i>Experiential Value</i>	15
2.2.1.3 Dimensi <i>Experiential Value</i>	15
2.2.2 <i>Service Quality</i>	16
2.2.2.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	16
2.2.2.2 Faktor-faktor <i>Service Quality</i>	18
2.2.2.3 Analisis Kesenjangan <i>Service Quality</i>	19
2.2.2.4 Dimensi-dimensi <i>Service Quality</i>	26
2.2.3 <i>Trust</i>	28
2.2.3.1 Pengertian <i>Trust</i>	28
2.2.3.2 Keuntungan Perusahaan Jika Konsumen Memiliki <i>Trust</i> ... <td>29</td>	29
2.2.3.3 Jenis-Jenis <i>Trust</i>	30
2.2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Trust</i>	31
2.2.3.5 Indikator-indikator <i>Trust</i>	32
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	33
2.2.4.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	33
2.2.4.2 Keuntungan-keuntungan Perusahaan Memiliki <i>Customer Loyalty</i>	33

2.2.4.3 Karakteristik <i>Customer Loyalty</i>	34
2.2.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	35
2.2.4.5 Indikator-indikator <i>Customer Loyalty</i>	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Hubungan <i>Experiential Value</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	36
2.3.2 Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	37
2.3.3 Hubungan <i>Trust</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	38
2.4 Hipotesis.....	39
2.5 Kerangka Konseptual	39
BAB III :METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	42
3.4.1 Identifikasi Variabel.....	42
3.4.2 Definisi Operasional.....	44
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5.1 Jenis Data	45
3.5.2 Sumber Data.....	45
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	45
3.7 Pengukuran Variabel.....	46
3.8 Uji Instrumen	46
3.8.1 Uji Validitas	47
3.8.2 Uji Realibilitas Data.....	47
3.9 Uji Asumsi Klasik	47
3.9.1 Uji Normalitas	47
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	48
3.9.3 Uji Heteroskedastistas	48
3.10 Teknik Analisis Data.....	49
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.12 Uji Hipotesis	50
3.12.1 Koefisien Parsial (Uji t)	50

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTREPETASI HASIL

4.1 Gambaran Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Deskripsi Responden.....	54
4.3 Analisis Hasil Penelitian	58

4.3.1	Tanggapan Responden	58
4.3.2	<i>Experiential Value (X1)</i>	58
4.3.3	<i>Service Quality (X2)</i>	60
4.3.4	<i>Trust (X3)</i>	63
4.3.5	<i>Customer Loyalty (Y)</i>	64
4.4	Uji Instrumen	65
4.4.1	Uji Validitas.....	65
4.4.1	Uji Reliabilitas.....	69
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.5.1	Uji Normalitas	70
4.5.2	Uji Multikolinieritas	70
4.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	71
4.6	Analisis Data	72
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.7	Uji Hipotesis	75
4.7.1	Uji t (Parsial)	75
4.8	Intrepetasi Hasil Penelitian	75
BAB V : SIMPULAN		
5.1	Simpulan	80
5.2	Rekomendasi	80
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Pengguna Layanan Indihome Daerah Telkom Gresik Tahun 2017-2019	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Pengguna Internet di Kabupaten Gresik	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kualitas Jasa dalam Kesenjangan	20
Tabel 2.3 Manajemen Kualitas Jasa dalam Kesenjangan	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Secara Langsung	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Keterlibatan Langsung dengan <i>Customer Service</i>	54
Tabel 4.3 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Berlangganan Paket Layanan	57
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan provider Lain selain Indihome	57
Tabel 4.8 Tanggapan Responden	58
Tabel 4.9 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang <i>Experiential Value</i>	59
Tabel 4.10 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang <i>service quality</i>	62
Tabel 4.11 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang <i>trust</i>	63
Tabel 4.12 Tanggapandan Penilaian Responden tentang <i>customer loyalty</i>	64
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Parsial (Uji t).....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Jadwal Penlitian.....	85
Lampiran 2 Lembar Kuisioner	86
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden	91
Lampiran 4 r Tabel.....	96
Lampiran 5 Hasil <i>Output SPSS</i>	102
Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	108
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	109
Lampiran 8 Hasil Plagiasi	110
Lampiran 9 Berita Acara Revisi Pembimbing	111
Lampiran 10 Berita Acara Revisi Penguji 1	112
Lampiran 11 Berita Acara Revisi Penguji 2	113
Lampiran 12 Persetujuan Revisi Skripsi	114
Lampiran 13 Berita Acara Ujian Sidang Skripsi.....	115

Rifki Arikah An Namla, 16312024, Pengaruh *Experiential Value, Service Quality, Dan Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Indihome di Kabupaten Gresik, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli 2020.

Abstraksi

Pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi merupakan asset dari perusahaan karena akan memberikan rekomendasi yang positif dan secara tidak langsung akan mengajak orang sekitar untuk menentukan dan menggunakan produk dari perusahaan jasa yang digunakannya. Penilitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *experiential value, service quality* dan *trust* terhadap *customer loyalty* indihome di Kabupaten Gresik. Pengambilan sampel digunakan sampel *non probability sampling* dengan menggunakan rumus Ferdinand, dimana jumlah sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi liner berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Experiential value, service quality* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* indihome di kabupaten Gresik.

Kata Kunci :*Experiential Value, Service Quality, Trust, dan Customer Loyalty*

Rifki Arikah An Namla, 16312024, *The Influence of Experiential Value, Service Quality and Trust on indihome Customer Loyalty Indihome in Gresik Regency*, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, July 2020.

Abstract

Customer with high loyalty are the assets of the company because they will provide positive recommendations and indirectly will invite people around to determine and use the product of the service company they use. This research aims to find out whether there is an effect of experiential value, service quality and trust on customer loyalty indihome in Gresik regency. Sampling is used Non Probability Sampling by using Ferdinand formula, where the sample amount is 100 people. The analysis used in this study is multiple linier regressions. The results are proven to show that experiential value, service quality and trust have a positive and significant effect on customer loyalty in Gresik regency.

Keywords : Experiential Value, Service Quality, Trust, and Customer Loyalty

