

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN FITUR
PAYLATER PADA APLIKASI GOJEK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
MINAT BELI ULANG**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



**DHANDY DWI YUSTICA
2181021003**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan
dengan benar.**

Nama : Dhandy Dwi Yustica

NIM : 2181021003

Tanda Tangan : 

Tanggal : 6 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Dhandy Dwi Yustica


NIM : 2181021003

Program Studi : Magister Manajemen


Judul Tesis : Pengaruh Experiential Marketing dan Fitur PayLater pada Aplikasi Gojek terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D ()

Penguji : Dr. Jerry Heikal, ST., M.M ()

Penguji : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Bapak Dr. Jerry Heikal, ST., MM. dan Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., MM, selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu dan memberi kesempatan pada saya dalam proses sidang tugas akhir ini;
- 3) Para Dosen, Staff MM Universitas Bakrie, dan Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengajaran dalam masa studi;
- 4) Orang tua dan keluarga saya, terutama Ibunda dan Kakak yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- 5) Sahabat dan teman-teman terbaik yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini
- 6) Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Bakrie Batch 11 dan rekan-rekan Rumah Sakit MMC yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 6 Agustus 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhandy Dwi Yustica

NIM : 2181021003

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Penelitian Kuantitatif

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Experiential Marketing dan Fitur PayLater pada Aplikasi Gojek terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Dhandy Dwi Yustica)

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN FITUR PAYLATER
PADA APLIKASI GOJEK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG**

Dhandy Dwi Yustica

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *experiential marketing* dan fitur PayLater pada aplikasi Gojek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang. Teknik analisis data menggunakan *path analysis* dan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif meliputi validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan *experiential marketing* ternyata berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, fitur PayLater juga berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, serta kedua variabel bebas tersebut secara simultan berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. Hasil temuan juga menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif pada minat beli ulang, kepuasan konsumen berpengaruh positif pada minat beli ulang, dan hasil berbeda ditunjukkan oleh fitur PayLater yang berpengaruh negatif pada minat beli ulang. Secara simultan, variabel *experiential marketing*, fitur PayLater, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif pada minat beli ulang.

Kata kunci: *Experiential marketing*, fitur produk, PayLater, kepuasan konsumen, minat beli ulang, dan Gojek.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	9
2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Grand Theory	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2. Experiential Marketing	11
2.3. Fitur Produk	16
2.2.1 Fitur PayLater Gojek	17
2.4. Kepuasan Konsumen	21
2.5. Minat Beli Ulang	23
2.6. Aplikasi Gojek	25
2.7. Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.8. Hipotesis	29
2.9. Kerangka Pemikiran	30
3. METODE PENELITIAN	31
3.1. Rancangan Penelitian	31
3.2. Objek Penelitian	31
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4. Jenis dan Sumber Data	33
3.5. Metode Pengumpulan Data	34
3.6. Operasionalisasi Variabel	35
3.7. Teknik Analisis Data	37
3.8.1. Uji Validitas	37
3.8.2. Uji Reliabilitas	38
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	39
3.7.3.1. Uji Normalitas Data	39
3.7.3.2. Uji Heterokedastisitas	39
3.8. Pengujian Hipotesis	40
3.8.1. Uji Parsial (Uji t)	40
3.8.2. Uji Simultan (Uji F)	41

3.8.3. Koefisien Determenasi (R^2)	42
3.8.4. Analisis Jalur (Path Analysis)	42
3.8.5. Uji Korelasi antar Variabel	44
3.8.6. Uji Korelasi antar Dimensi	45
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Hasil Penelitian	46
4.1.1. Analisis Karakteristik Responden	46
4.2. Analisis Data	47
4.2.1. Uji Validitas Kuesioner	47
4.2.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	48
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.3.1. Uji Normalitas	49
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	50
4.4. Hasil Uji Hipotesis	51
4.4.1. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1	51
4.4.2. Koefisien Determenasi Jalur Model 1	53
4.4.3. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2	54
4.4.4. Koefisien Determenasi Jalur Model 2	56
4.4.5. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	56
4.4.6. Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2	58
4.5. Matrik Korelasi	59
4.5.1. Korelasi Antar Variabel	59
4.5.2. Korelasi Antar Dimensi	60
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.6.1. Analisis Jalur Model 1	61
4.6.2. Analisis Jalur Model 2	63
5. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	68
5.2.1. Saran dan Rekomendasi bagi Gojek	68
5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penggunaan PayLater di Servis Gojek	19
Gambar 2.2	Penggunaan PayLater di Online dan Offline Merchants ..	19
Gambar 2.3	Penggunaan PayLater melalui aplikasi partner	20
Gambar 2.4	Cara Membayar Tagihan PayLater	20
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas Model 1	49
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Normalitas Model 2	50
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> Uji Heterosekedastisitas Model 1	50
Gambar 4.4	<i>Scatterplot</i> Uji Heterosekedastisitas Model 2	51
Gambar 4.5	Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Indikator Penilaian	48
Tabel 4.4	Uji-t dan Uji-F Jalur Model 1	52
Tabel 4.5	Hasil Analisis Koefisien Determenasi Jalur Model 1	53
Tabel 4.6	Uji-t dan Uji-F Jalur Model 2	54
Tabel 4.7	Hasil Analisis Koefisien Determenasi Jalur Model 2	56
Tabel 4.8	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	56
Tabel 4.9	Koefisien Korelasi antar Variabel	59
Tabel 4.10	Matrik Analisis Korelasi antar Dimensi	60
Tabel 5.1	Saran Jangka Pendek dan Jangka Panjang	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Online	79
Lampiran 2	Uji Validitas	79
Lampiran 3	Uji Reliabilitas	81
Lampiran 4	Uji F	81
Lampiran 5	Uji t	82
Lampiran 6	Analisis Korelasi Variabel	82
Lampiran 7	Analisis Korelasi Dimensi	83