

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG
(PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG YANG
BEKERJA DI WILAYAH JAKARTA)**

TUGAS AKHIR



MOKTAVIANI THAMARYAN

NIM: 1161901034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2018

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG
(PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG YANG
BEKERJA DI WILAYAH JAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
(S.M.) pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie**



MOKTAVIANI THAMARYAN

NIM: 1161901034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

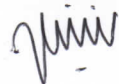
2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muktaviani Thamaryan

NIM : 1161901034

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muktaviani Thamaryan

NIM : 1161901034

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Pengguna Produk *Smartphone* Samsung yang Bekerja di Wilayah Jakarta)**

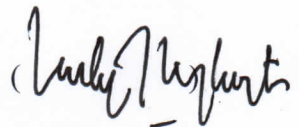
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM



Penguji 1 : Imbang J. Mangkuto, Ir., M.Sc., M.B.A.



Penguji 2 : Deddy Herdiansjah., Ir., M.Sc.,
M.B.A., Ph.D.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh *Customer Experience* terhadap Minat Beli Ulang (Pengguna Produk *Smartphone* Samsung yang Bekerja di Wilayah Jakarta)**”.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- 2) Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
- 3) Nazhira Laviona, Dwi Rizkya, Heny Rachmawati yang senantiasa membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini; dan
- 4) Teman-teman KK Manajemen Batch 6 yang senantiasa membantu dan saling memberi dukungan dimasa perkuliahan.

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

Jakarta, Juli 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muktaviani Thamaryan

NIM : 1161901034

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang
(Pengguna Produk *Smartphone* Samsung yang Bekerja di Wilayah Jakarta)**

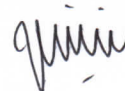
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Agustus 2018

Yang menyatakan,



Muktaviani Thamaryan

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT
BELI ULANG (PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE*
SAMSUNG YANG BEKERJA DI WILAYAH JAKARTA)**

Moktaviani Thamaryan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengaji pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang pada pengguna produk *smartphone* Samsung yang bekerja di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan responden pekerja di wilayah Jakarta yang menggunakan *smartphone* Samsung dengan memakai teknik *non-probability sampling* dengan sebanyak 100 responden. Data sekunder berasal dari jurnal, buku, dan artikel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji instrumen. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,66105 dengan t-hitung dari variabel *sense* 2,176, t hitung dari variabel *feel* 2,082, t hitung dari variabel *think* 2,230, t hitung dari variabel *act* 2,727, t hitung dari variabel *relate* 2,439 serta signifikansi dari *sense* 0,032, *feel* 0,040, *think* 0,028, *act* 0,008, *relate* 0,017. Nilai f sebesar 76,923 pada f tabel sebesar 2,47 dan nilai signifikansi kurang dari 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *sense*, *feel*, *think*, *act*, *relate* secara bersama-sama yaitu *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat beli ulang.

Kata kunci: *customer experience*, *sense experience*, *feel experience*, *think experience*, *act experience*, *relate experience*, pengalaman pelanggan, minat beli ulang.

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON REPURCHASE INTENTION (SMARTPHONE SAMSUNG USERS WHO WORK IN JAKARTA)

Moktaviani Thamaryan

ABSTRACT

*This study aims to examine the influence of customer experience on the repurchase intention to Samsung smartphone product users who work in Jakarta territory. This study using primary data sources which collected through questionnaires to worker in Jakarta who are Samsung smartphone users as respondents, using non-probability sampling technique to 100 respondents. Secondary data comes from journals, books, and articles. Validity and reliability tests are performed to test the instrument. Then classical assumption and multiple linear regression analysis are performed. The value of t table in this study is 1.66105 with t-count of the **sense** variable 2.176, t arithmetic of the **feel** variable 2.082, t arithmetic of the **think** 2.230, t count from the variable **act** 2.727, t arithmetic of 2.439 **relate** variable and the significance of **sense** 0.032, **feel** 0,040, **think** 0,028, **act** 0,008, **relate** 0,017. The f value of 76.923 in the f table is 2.47 and the significance value is less than 0.000. Then it can be concluded that the variables sense, feel, think, act, relate together which is the customer experience has positive and significant effect to dependent variable of repurchase intention.*

Keywords: customer experience, sense experience, feel experience, think experience, experience act, relate experience, customer experience, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Customer Experience Management</i>	7
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15

2.4 Hipotesis.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.2.1 Populasi.....	17
3.2.2 Sampel.....	17
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.3 Definisi Operasional.....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.5.1 Uji Instrumen	21
3.5.1.1 Uji Validitas	21
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	22
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.5.2.1 Uji Multikolineritas.....	22
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	22
3.5.2.3 Uji Normalitas.....	23
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	23
3.6 Pengujian Hipotesis.....	24
3.6.1 Uji t	24
3.6.2 Uji F	25
3.6.3 Koefisien Determinasi.....	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	26
4.2 Pre-Test Kuesioner	27
4.3 Analisis Statistik.....	28
4.3.1 Uji Instrumen	28
4.3.1.1 Uji Reliabilitas	28

4.3.1.2 Uji Validitas	29
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	31
4.3.2.1 Uji Multikolineritas.....	31
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas	31
4.3.2.3 Uji Normalitas	32
4.3.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
4.4 Pengujian Hipotesis.....	35
4.4.1 Uji t (Pengujian hipotesis secara parsial)	35
4.4.2 Uji F (Pengujian hipotesis secara bersama)	35
4.5 Analisis Koefisien Determinasi	36
4.6 Pembahasan	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Market Share Smartphone Android di Indonesia 2016&2017	1
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Indikator Variabel Penelitian	18
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	26
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Kuesioner	27
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden	29
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas 100 Responden	30
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolineritas	31
Tabel 4.6	Hasil <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	33
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	34
Tabel 4.8	Hasil Uji F	36
Tabel 4.9	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pertumbuhan Penjualan Samrtphone di Wilayah ASEAN 2009&2015.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	32
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	44
Kuesioner Penelitian	44
Lampiran 2	47
Hasil Olahan Data Kuesioner Menggunakan IBM Statistics 22.....	47