

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
REPUBLIC KOPI CAFE AND
COFFE SHOP KOTA GORONTALO

Oleh
Fadli latif
NIM. 931415144

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 08 Agustus 2019

Waktu : 10:00:00

Penguji

1. DR. MUCHTAR AHMAD, S.Pd, M.Si
NIP.197805042003121003
2. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001
3. Dr. ISMET SULILA, S.E., M.Si
NIP.197803182006041002
4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP.197901302003121002

1.....

2.....

3.....

4.....

Mengetahui:

Dekan, FAKULTAS EKONOMI



Prof. Dr. H. SYARWANI CANON, M.Si
NIP. 196507242000031001

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN

PELANGGAN PADA REPUBLIK KOPI CAFE AND COFFE SHOP

KOTA GORONTALO

OLEH :

FADLI LATIF

NIM: 93 1415 144

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji :

PEMBIMBING I

Dr. Ismet Sulila, SE.,M.Si
NIP. 197803182006041002

PEMBIMBING II

Djoko Lesmana Radji, S.Pd.,M.Si
NIP. 197901302003121002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hais Dama, SE.,M.Si
NIP. 197303052002121003

ABSTRAK

Fadli Latif. Nim 931415144. 2019 .S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Tahun 2019 . “Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Republik Kopi cafe and Coffe Shop di Kota Gorontalo .Pembimbing I Dr. Ismet Sulila, SE, M,si dan Pembimbing II Djoko Lesmana Radji,S.Pd,M.Si.

Tujuan penelitian untuk menganalisis dan mengetahui adanya Pengaruh secara parsial variabel *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan dan untuk mengetahui besaran kontribusi pengaruh variabel *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi penelitian ini seluruh konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli di Republik Kopi yang diasumsikan cukup banyak dan tak terhingga. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 konsumen. Metode sampling adalah *Non Probability* dengan teknik penarikan sampel menggunakan *sampling accidental*. Metode pengumpulan data dengan metode angket dan dokumentasi. Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} *Customer Experience* dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, artinya ada pengaruh signifikan *Cusromer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan. Kontribusi pengaruh variabe *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan produk Republik Kopi adalah sebesar **55,7%** dan sisanya sisanya sebesar 44,3% berupa kontribusi dari faktor-faktor atau indikator-indikator lain yang tidak diikutsertakan atau diukur dan diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Customer Experience & Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Fadli Latif. Student ID Number 931415144. 2019. Bachelor of Management. Faculty of Economics. 2019. "The Influence of Customer Experience on Customer Satisfaction – A Case Study at Republik Kopi Cafe and Coffee Shop in Gorontalo City. The principal supervisor is Dr. Ismet Sulila, SE, M.Si., and the co-supervisor is Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si.

The research aim was to analyze and find out the presence of partial influence of Customer Experience variable on Customer Satisfaction as well as to find out the amount of contribution of influence of Customer Experience variable on Customer Satisfaction. The research population was all consumers who have visited and bought in Republik Kopi that were assumed fairly plentiful and countless. Meanwhile, the samples were 96 consumers that have been determined by using Non-Probability Sampling and the sampling, which used accidental sampling. The method of collecting data used questionnaire and documentation. The validity and reliability of the instrument were tested. The data analysis applied descriptive percentage analysis and simple linear regression.

The result of partial test achieved t_{count} for Customer Experience with a probability of $0,000 < 0,05$, which meant that there was a significant influence of Customer Experience on Customer Satisfaction. The contribution of Customer Experience variable on buying interest of customer for Republik Kopi product was 55,7% while the rest 44,3% was a contribution of other factors or indicators that were not involved or measured and studied in this research.

Keywords: Customer Experience & Consumer Satisfaction