

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *E-SERVQUAL* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA JASA  
TRANSPORTASI *ONLINE* INDRIVE  
DI KOTA BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Riadi

NPM : 41183402190186



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2024**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *E-SERVQUAL* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA JASA  
TRANSPORTASI *ONLINE* INDRIVE  
DI KOTA BEKASI**

Tanggal : 05 Juni 2024

Oleh :

Riadi

NPM : 41183402190186

Disetujui,  
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *E-SERVQUAL* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA JASA  
TRANSPORTASI *ONLINE INDRIVE*  
DI KOTA BEKASI**

Tanggal : 12 Juni 2024

Oleh :

Riadi

NPM : 41183402190186

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riadi  
NPM : 41183402190186  
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Customer Experience* dan *E-Servqual* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bekasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 05 Juni 2024

Yang Menyatakan,

  
Riadi

NPM : 41183402190186

## ABSTRAK

Riadi (41183402190186)

Pengaruh *Customer Experience* dan *E-Servqual* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bekasi

xii + 103 halaman + 29 tabel + 7 gambar + 1 diagram + 2024 + 9 lampiran

Kata Kunci : *Customer Experience*, *Customer Satisfaction*, *E-Servqual*

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan *e-servqual* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa transportasi *online inDrive* di Kota Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purpose sampling*. Sampel yang digunakan 100 responden dengan kriteria bertempat tinggal di Kota Bekasi dan pernah menggunakan jasa transportasi *online inDrive* minimal lebih dari dua kali. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software Smart PLS 3.2.9* melalui tahapan analisa *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar  $3,457 > t\text{-tabel } 1,96$  dan *p-values*  $0,001 < 0,05$  pada variabel *customer experience* ( $X_1$ ) sehingga berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* (Y). Untuk variabel *e-servqual* ( $X_2$ ) menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar  $3,539 > t\text{-tabel } 1,96$  dan nilai *p-values*  $0,000 < 0,05$  sehingga berpengaruh positif signifikan juga terhadap *customer satisfaction* (Y) pada pengguna jasa transportasi *online inDrive* di Kota Bekasi. Besaran untuk nilai *R-square* atau model variabel *customer experience* dan *e-servqual* terhadap *customer satisfaction* bernilai 62,3% yang berarti 37,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Daftar pustaka : 28 (2016-2023)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahir rohmaanir rohiim.*

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta ridho-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan *E-Servqual* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Jasa Transportasi *Online inDrive* di Kota Bekasi” dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kehadiran baginda Nabi besar Muhammad SAW. Skripsi diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kendala serta rintangan, akan tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari semua pihak akhirnya skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, izinkan Saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pemahaman, arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. dan Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan perhatian, saran dan masukan sehingga penulisan skripsi menjadi lebih baik.
5. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan dan membimbing menjadi manusia yang lebih baik selama menempuh studi di Univesitas Islam 45 Bekasi.

6. Kedua orang tua tercinta Ibu Si Onah dan Bapak Matori yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan sehingga motivasi untuk penyelesaian studi S-1 di Universitas Islam 45 Bekasi.
7. Kaka Saya Iin Meilinda, Tukimin, dan Turinah yang selalu mendukung dan memberikan motivasi dalam perjalanan karir dan hidup Saya.
8. Suparman dan Septiani adik-adik tersayang dan tentu tidak lupa seluruh keluarga besar Saya yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik secara moril maupun spiritual.
9. Saudari Lara Puspita Wulandari terima kasih banyak atas perhatian, semangat, dan kasih sayang.
10. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Manajemen dan Akuntansi Reguler C Angkatan 2019, terima kasih atas dukungan, do'a, kasih sayang, kebersamaan dan telah menjadi teman suka maupun duka.

Skripsi ini tentu masih jauh dari kata sempurna dan perlu pengembangan lebih lanjut. Oleh karenanya dengan rasa senang hati diharapkan kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Demikian yang dapat penulis sampaikan kurang lebih mohon maaf, semoga Allah SWT memberikan imbalan dan berkah buat semuanya. Aamiin.

*Wassalamualaikum wr.wb.*

Bekasi, 05 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Riadi

NPM : 41183402190186

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	11
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4    Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	12
1.5    Sistematika Pelaporan .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1    Pemasaran Jasa .....	14
2.1.1    Pengertian Pemasaran Jasa.....	14
2.1.2    Bauran Pemasaran Jasa .....	14
2.1.3    Karakteristik Jasa .....	15
2.2    Perilaku Komsumen .....	16
2.2.1    Pengertian Perilaku Konsumen .....	16
2.2.2    Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	17
2.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.3.1    Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.3.2    Indikator – Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.3    Faktor-Faktor <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.4 <i>Customer Experience</i> .....	20



2.4.1	Pengertian <i>Customer Experience</i> .....	20
2.4.2	Indikator – Indikator <i>Customer Experience</i> .....	21
2.5	<i>E-Servqual</i> .....	21
2.5.1	Pengertian <i>E-Servqual</i> .....	21
2.5.2	Indikator – Indikator <i>E-Servqual</i> .....	22
2.6	Penelitian Terdahulu .....	23
2.7	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian .....	26
2.7.1	Kerangka Pemikiran.....	26
2.7.2	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian .....	29
3.1.1	Metode Penelitian yang digunakan .....	29
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.2	Data Penelitian .....	32
3.2.1	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.2.3	Skala Pengukuran Data .....	33
3.3	Instrumen Penelitian.....	34
3.3.1	Variabel <i>Customer Experience</i> (X1) .....	35
3.3.2	Variabel <i>E-Servqual</i> (X <sub>2</sub> ).....	35
3.3.3	Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	36
3.4	Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	37
3.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		42
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian InDrive .....	42
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.1.3	Deskripsi Distribusi Frekuensi .....	47

4.1.4	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	52
4.1.5	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
4.2	Pembahasan .....	62
4.2.1	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	62
4.2.2	Pengaruh <i>E-Servqual</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	63
4.2.3	Keterbatasan Penelitian .....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
5.2.1	Bagi Perusahaan .....	67
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....		68

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unduhan Aplikasi Jasa Transportasi <i>Online</i> di Indonesia .....	2
Tabel 1.2 Ulasan Ketidakpuasan Pengguna Aplikasi InDrive .....	5
Tabel 1.3 Hasil Prasurevei Kepuasan Pelanggan InDrive di Kota Bekasi.....	6
Tabel 1.4 Jenis Layanan Transportasi <i>Online</i> .....	7
Tabel 1.5 Pengalaman Pengguna InDrive di Kota Bekasi .....	8
Tabel 1.6 Hasil Prasurevei <i>E-Servqual</i> InDrive di Kota Bekasi .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Data Populasi Kota Bekasi.....	30
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian .....	31
Tabel 3.3 Skala Likert .....	33
Tabel 3.4 Skala Interval.....	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	44
Tabel 4.3 Jenjang Pendidikan.....	45
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan .....	45
Tabel 4.5 Tempat Tinggal Responden .....	46
Tabel 4.6 Skala Interval Penelitian.....	47
Tabel 4.7 <i>Customer Experience</i> (CE).....	48
Tabel 4.8 <i>E-Servqual</i> (ESQ).....	49
Tabel 4.9 <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	51
Tabel 4.10 <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> .....	53
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	56
Tabel 4.12 <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	56
Tabel 4.13 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	58
Tabel 4.14 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.16 <i>R-Square</i> (R <sup>2</sup> ).....	60
Tabel 4.17 <i>Path Coefficient (Customer Experience -&gt; Customer Satisfaction)</i> ....	62
Tabel 4.18 <i>Path Coefficient (E-Servqual -&gt; Customer Satisfaction)</i> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Pemilihan Transportasi <i>Online</i> Masyarakat Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Layanan Jasa Transportasi <i>Online</i> Pilihan Masyarakat Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Hasil Ulasan Negatif Pengguna Aplikasi InDrive .....	9
Gambar 4.1 Logo InDrive .....	42
Gambar 4.2 Model Hasil <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> .....	54
Gambar 4.3 Model Hasil <i>Loading Factor</i> Setelah Penghapusan .....	55
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	61

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
-------------------------------------	----