

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN DAN NILAI YANG
DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN:
STUDI KASUS PADA CHATIME KOTA BOGOR**

***THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY AND CUSTOMER
PERCIEVED-VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION:
A CASE STUDY AT CHATIME BOGOR CITY***

Oleh

**MUHAMMAD SYAHRUL MAULANA
61201021008831**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2025

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN DAN NILAI YANG
DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN:
STUDI KASUS PADA CHATIME KOTA BOGOR**

***THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY AND CUSTOMER
PERCIEVED-VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION:
A CASE STUDY AT CHATIME BOGOR CITY***

Oleh

**MUHAMMAD SYAHRUL MAULANA
61201021008831**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 08 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Mega Indah Edityawati, S.E, M.M.
NIDN/NUPTK: 0418028503

Drs. Henky Hendrawan, M.M.,M.Si.
NIDN/NUPTK: 0416076506

Mengetahui,

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.

NIDN/NUPTK : 2017065701

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN DAN NILAI YANG
DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN:
STUDI KASUS PADA CHATIME KOTA BOGOR**

***THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY AND CUSTOMER
PERCIEVED-VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION:
A CASE STUDY AT CHATIME BOGOR CITY***

Oleh

**MUHAMMAD SYAHRUL MAULANA
61201021008831**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 08 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Altatit Dianawati, S.Si, M.M.
NIDN: 0416076506

Maya Andini Kartikasari, S.P., M.M.
NIDN: 0422068302

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

NIDN/NUPTK: 0416076506
SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Syahrul Maulana

NIM 61201021008831

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas layanan dan Nilai yang Dirasakan terhadap
Kepuasan pelanggan : studi kasus pada Chatime Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 08 Juli 2025

Muhammad Syahrul Maulana

Nama : Muhammad Syahrul Maulana
NIM : 61201021008831
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas layanan dan Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan pelanggan : studi kasus pada Chatime Kota Bogor

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pengalaman dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada gerai Chatime Terasutra Bogor. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah keluhan pelanggan terkait kesalahan pengiriman dan ketidaksesuaian layanan dengan ekspektasi, yang berdampak pada penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analitis. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan meliputi regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kualitas pengalaman (experience quality) dan nilai yang dirasakan (customer perceived-value) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas interaksi dengan staf, suasana fisik, serta persepsi manfaat terhadap harga terbukti menjadi faktor dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi manajemen Chatime untuk fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan sebagai strategi diferensiasi dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Kualitas Pengalaman, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Pelanggan,

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of experience quality and customer perceived value on customer satisfaction at Chatime Terasutra Bogor. The study was motivated by customer complaints regarding delivery errors and service inconsistencies, which have negatively impacted overall satisfaction levels. A quantitative approach with descriptive and analytical methods was employed. A total of 100 respondents were selected using purposive sampling. Data analysis techniques included multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The findings reveal that both experience quality and perceived value significantly influence customer satisfaction, both partially and simultaneously. Key influencing factors include the quality of staff interaction, physical atmosphere, and perceived benefits relative to price. These findings suggest that improving customer experience can serve as a strategic lever to enhance satisfaction and foster customer loyalty.

Keywords: marketing management. Experience Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction,

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN DAN NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN : STUDI KASUS PADA CHATIME KOTA BOGOR ”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala namun berkat dari Tuhan Yang Maha Esa sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi dan Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan sumbangan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen di dunia bisnis.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, yang senantiasa berupaya mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, S.E., M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah mengelola kampus dengan dedikasi tinggi.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berupaya memajukan jurusan ini.
4. Ibu Mega Indah Edityawati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan penuh kesabaran membimbing serta mengarahkan penulis dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya di Jurusan Manajemen, yang dengan dedikasi dan ketekunan telah memberikan ilmu dan bimbingan hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana di bidang Manajemen.

6. Seluruh staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah memberikan pelayanan dengan penuh perhatian dan keikhlasan.
7. Pimpinan dan seluruh Chatime Terasutra Bogor yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
8. Terima kasih kepada orangtua ku, papa dan mama yang terhormat, kepada kedua kaka ku Restu dan Tri, yang telah memberikan dukungan moril dan doa serta kasih sayang yang tidak putus-putusnya dan mau kehilangan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi
9. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat Richika Yoshabel, Alpiyansyah, Aldi Fachrizal, M.Irfan, dan sahabat-sahabat lain yang selama ini selalu mendukung, mendoakan, membantu dan selalu bersama ikut merasakan pahit manis selama penulis berkuliah di STIE GICI. Ucapkan terima kasih ini juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu. penulis hanya bisa mendoakan semoga jasa dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan balasan yang setimpal.

Depok, 08 Juli 2025
Penulis,

M Syahrul Maulana
61201021008831

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	4
1.3 Batasan masalah	4
1.4 Rumusan masalah.....	4
1.5 Maksud dan Tujuan penelitian.....	5
1.5.1 Maksud Penelitian	5
1.5.2 Tujuan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 Kualitas pengalaman (<i>Experience Quality</i>) dan <i>Customer Perceived-Value</i> (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	9
2.2.1 Kualitas pengalaman (<i>Experience Quality</i>)	9
2.2.2 <i>Customer Perceived-Value</i> (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) ...	12
2.3 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	14
A. Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
B. Indikator Kepuasan Pelanggan	16
C. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	17

2.4 Peneliti Terdahulu.....	18
2.5 Kerangka Pemikiran	23
2.6 Pengajuan Hipotesis	23
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	25
3.2 Objek, Jadwal, dan Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.5 Operasional Variabel	27
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Responden dan Lokasi Penelitian.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden.....	41
4.1.3 Uji Deskriptif Variabel	43
4.1.4 Uji Kualitas Data	46
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.1.6 Uji Hipotesis	55
4.2 Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.2.2 Interpretasi Hasil Penelitian.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Peneliti Terdahulu	18
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Pelatihan	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis_kelamin	41
Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Kualitas Pengalaman (X1).....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X2).....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	46
Tabel 4.7 Variabel X1(Kualitas Pengalaman)	47
Tabel 4.8 Hasil Uji X2 Nilai Yang dirasakan.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Y Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis F Simultan	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis T (Parsial)	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Model Regresi	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Complain Customer	2
Gambar 1.2 Data Complain Customer	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Rumus penghitungan Uji Validitas	47
Gambar 4.2 Grafik Histogram Residual	51
Gambar 4.3 Tabel Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisioner	75
Lampiran 2. Tabulasi Data	79
Lampiran 3. Hasil SPSS.....	82
Lampiran 4. Kartu Bimbingan.....	91
Lampiran 5. Hasil Cek Plagiarisme	92
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	93
Lampiran 7. Surat Keterangan penelitian	94