# PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTUMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALITY DI PT. MENARA PELANGI

## SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh Gelar Serjana Pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

## MEGA OKTAVIANI NIM: 2411907779



**JURUSAN MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

## DEPOK 2023



JURUSAN MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI

DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

# PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTUMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALITY DI PT. MENARA PELANGI

Oleh:

## MEGA OKTAVIANI NIM: 2411907779

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal, 24 Agustus 2023

Dosen Pembimbing Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Raden Kurniawan Dasa Putra, S.E, M.M Altatit Dianawati,, S.Si, M.M

Mengesahkan,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH

JURUSAN MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI

DEPOK

Skripsi Berjudul

# PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALITY DI PT. MENARA PELANGI

Oleh:

Nama : Mega Oktaviani

NIM :241190779

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan siding tim penguji skripsi , Pada : Hari : Kamis

Tanggal : 24 Agustus 2023

Waktu : 10:20 – 11:40

DAN YANG BERSANGKUTAN DI NYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr (Cand) Eko Yuliawan, SE., M.Si( )

Anggota : Judianto Tjahjo Nugroho, ST., MM ( )

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajement

Altatit Dianawati,, S.Si, M.M

# Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MEGA OKTAVIANI

NIM : 2411907779

Program Studi : Manajemen

Alamat : Jl. Teratai putih 1, klender, Jakarta Timur Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTUMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DI PT. MENARA PELANGI ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat).*
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media sosial lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun, sesuai dengan aturan yang berlaku termasukdilepas gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 24 Agustus 2023

MEGA OKTAVIANI

2411907779

# ABSTRAK

## MEGA OKTAVIANI. NIM 241190779 PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP COSTUMER LOYALTY DI PT. MENARA PELANGI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel *custumer engagement, service fairness, dan customer satisfaction* terhadap variabel customer loyalty. Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kasual antar variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner daring kepada tenant PT. Menara Pelangi di apartement merakey golf residence

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 responden yang merupakan pelanggan. Teknik analisis data instrument menggunakan alat bantu IBM SPSS stastistik Versi 21.00 melalui tahapan Analisis Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel *custumer engagement, variabel service fairness, dan variabel customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *customer loyalty* pada PT. Menara Pelangi.

**Kata Kunci: *custumer engagement, service fairness, customer satisfaction, customer loyalty***

# ABSTRACT

## MEGA OKTAVIANI. NIM 241190779 THE INFLUENCE OF CUSTOMER ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY AT PT. MENARA PELANGI

This study aims to examine the effect of customer engagement, service fairness, and customer satisfaction variables on customer loyalty variables. This type of research is explanatory research that explains the casual relationship between independent variables and dependent variables. This research was conducted by distributing online questionnaires to tenants of PT. Menara Pelangi in the apartment merakey golf residence. This study used a sample of 200 respondents who were customers. The instrument data analysis technique uses IBM SPSS static tool Version 21.00 through the stages of Multiple Linear Regression Analysis and hypothesis testing. The results of this study show that customer engagement variables, service fairness variables, and customer satisfaction variables have a significant positive effect on customer loyalty variables at PT. Menara Pelangi

**Keywords: *customer engagement, service fairness, customer satisfaction, loyalitas pelanggan***

# KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul pengaruh pengembangan karir dan komunikasi terhadap kinerja karyawan PT. Menara Pelangi. Ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperopleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis ingin mengetahui apakah faktor pengaruh pengembangan karir dan komunikasi terhadap kinerja karyawan PT. Menara Pelangi. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengembangan karir dan komunikasi apa yang diinginkan perusahan di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa‟i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Gambir Melati Hatta, SH, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Altatit Dianawati,, S.Si, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Raden Kurniawan Dasa Putra, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah

dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menyelesaikan proposal Skripsi.

1. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
2. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliatan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
3. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 24 Agustus 2023

Peneliti,

## MEGA OKTAVIANI NIM: 2411907779

**DAFTAR ISI**

[DAFTAR JUDUL i](#_bookmark0)

[PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN ii](#_bookmark1)

[JURUSAN MANAJEMEN iii](#_bookmark2)

[Pernyataan iv](#_bookmark3)

[ABSTRAK v](#_bookmark4)

[ABSTRACT vi](#_bookmark5)

[KATA PENGANTAR vii](#_bookmark6)

[DAFTAR ISI ix](#_bookmark7)

[DAFTAR TABEL xi](#_bookmark8)

[DAFTAR GAMBAR xii](#_bookmark9)

[BAB I 1](#_bookmark10)

* 1. [Latar Belakang Masalah 1](#_bookmark11)
	2. [Identifikasi Masalah 2](#_bookmark12)
	3. [Pembatasan Masalah 3](#_bookmark13)

[1.5 Tujuan Penelitian 3](#_bookmark14)

[1.4 Perumusan Masalah 3](#_bookmark15)

[1.6 Manfaat Penelitian 4](#_bookmark16)

[1.7. Sistematika Penulisan 4](#_bookmark17)

[BAB II 6](#_bookmark18)

* 1. [Landasan Teori 6](#_bookmark19)
		1. [Customer Engagement 6](#_bookmark20)
		2. [Service Fairness 6](#_bookmark21)

[2.1.4 Customer Loyality 8](#_bookmark22)

* 1. [Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian 9](#_bookmark23)

[2.4 Indikator indikator 11](#_bookmark25)

[2.4 Penelitian Terdahulu 12](#_bookmark26)

[BAB III 13](#_bookmark28)

* 1. [Tempat Dan Waktu Penelitian 13](#_bookmark29)
	2. [Jadwal Pelaksanaan Penelitian 13](#_bookmark30)
	3. [Metodologi Penelitian 13](#_bookmark31)
	4. [Populasi dan Sampel 14](#_bookmark32)
		1. [Populasi 14](#_bookmark33)
		2. [Sampel 14](#_bookmark34)
	5. [Teknik Pengumpulan Data 16](#_bookmark35)
	6. [Definisi Variabel 16](#_bookmark36)
	7. [Teknik Analisis Data 17](#_bookmark37)
		1. [Persamaan Regresi Linear Berganda 17](#_bookmark38)
		2. [Uji Kualitas Data 18](#_bookmark39)
		3. [Uji Asumsi Klasik 20](#_bookmark40)
		4. [Uji Hipotesis 21](#_bookmark41)
	8. [Skala Angka Penafsiran 24](#_bookmark42)

[BAB IV 26](#_bookmark44)

[4.1. Hasil Penelitian 26](#_bookmark45)

* + 1. [Logo Perusahaan 26](#_bookmark46)

[............................................................................................................................................. 26](#_bookmark43)

* + 1. [Gambaran Umum Perusahaan 26](#_bookmark47)
		2. [Karakteristik Responden 28](#_bookmark48)
		3. [Hasil Tanggapan Responden 29](#_bookmark51)
		4. [Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 38](#_bookmark56)
		5. [Hasil Uji Kualitas Data 39](#_bookmark58)
		6. [Hasil Uji Asumsi Klasik 43](#_bookmark67)

[4.1.6 Hasil Uji Hipotesis 48](#_bookmark72)

* 1. [Pembahasan 51](#_bookmark76)
		1. [Pengaruh Custumer enagement terhadap Custumer Loyalty 51](#_bookmark77)
		2. [Pengaruh Service Fairness terhadap Costumer Loyalty 52](#_bookmark78)
		3. [Pengaruh Costumer Satisfaction terhadap Costumer Loyalty 52](#_bookmark79)

[BAB V 53](#_bookmark80)

* 1. [Kesimpulan 53](#_bookmark81)
	2. [Saran 54](#_bookmark82)

[DAFTAR PUSTAKA 56](#_bookmark83)

[LAMPIRAN 58](#_bookmark84)

## DAFTAR TABEL

[Tabel 1 Penelitian Terdahulu 12](#_bookmark27)

[Tabel 2 Data Responden Menurut Jenis Kelamin 28](#_bookmark49)

[Tabel 3 Identitas Menurut Jenjang Pendidikan 29](#_bookmark50)

[Tabel 4 Tanggapan responden customer enaggement .30](#_bookmark52)

[Tabel 5 Tanggapan Responden Service Fairness 32](#_bookmark53)

[Tabel 6 Tanggapan Responden Customer Satisfaction 34](#_bookmark54)

[Tabel 7 Tanggapan Responden Customer Loyalty 36](#_bookmark55)

[Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 38](#_bookmark57)

[Tabel 9 Hasil Uji Validitas *Customer Engagment* (X.1) .40](#_bookmark59)

[Tabel 10 Perhitungan Reabilitas Angket Variabel *Customerd Engagement* (X.1) .40](#_bookmark60)

[Tabel 11 Hasil Uji Validitas *Service Fairness* (X.2) 41](#_bookmark61)

[Tabel 12 Perhitungan Reabilitas Angket Variabel *Service Fairness* (X.2) .41](#_bookmark62)

[Tabel 13 Hasil Uji Validitas *Customer Satisfaction* (X.3) 41](#_bookmark63)

[Tabel 14 Perhitungan Reabilitas Angket Variabel *Customer Satifaction* (X.3) ..42](#_bookmark64)

[Tabel 15 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y) .42](#_bookmark65)

[Tabel 16 Perhitungan Reabilitas Angket Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ..43](#_bookmark66)

[Tabel 17 Hasil Uji Normalitas 44](#_bookmark68)

[Tabel 18 Hasil Uji Multikolineritas 45](#_bookmark69)

[Tabel 19 R Square .46](#_bookmark70)

[Tabel 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas .47](#_bookmark71)

[Tabel 21 Hasil Uji t (Parsial) .48](#_bookmark73)

[Tabel 22 Hasil Uji F (Simultan) .49](#_bookmark74)

[Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) .50](#_bookmark75)

## DAFTAR GAMBAR

[Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 10](#_bookmark24)

Gambar 5.1 Scatterplot 46