



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA GRABFOOD DI
KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Diny Noor Hikmatyar

NIM. 201911650

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA GRABFOOD DI
KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :

Diny Noor Hikmatyar
201911650

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA
GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Diny Noor Hikmatyar

NIM : 201911650

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ... 11 ... Januari 2020

Pembimbing I



Dr. Dina Lusianti SE., M.M., AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



Faridhatun Faidah, SE., M.M.
NIDN. 0601099201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA
GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Diny Noor Hikmatyar

NIM : 201911650

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701


Dr. Dina Lusianti SE., M.M., AAK
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. Kartati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304


Faridhatun Faidah, S.E., M.M.
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Tuhanmu lebih mengetahui apa yang ada dalam hatimu “

QS. Al Isra:25

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Suami dan anakku tercinta
3. Sahabat

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Kepercayaan Merek, dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Grab Food di Kabupaten Kudus)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dina Lusianti SE., M.M., AAK selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan kritik, masukan dan pengarahan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan motivasi, saran yang membangun dan pengarahan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tuaku tersayang, terimakasih selalu menjadi penyemangat penulis dan tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi yang tak terhingga kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurkan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Kudus, 2025
Penulis,

Diny Noor Hikmatyar
201911650

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
PADA PENGGUNA GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS)**

Diny Noor Hikmahtyar
201911650

- I. Dr. Dina Lusianti SE., M.M.,AAK.
- II. Faridhatun Faidah, SE.,M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa, kepercayaan merek dan *experiental marketing* terhadap kepuasan pelanggan. Jenis data penelitian menggunakan data kuantitatif sedangkan sumber data penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Sampel yang ditetapkan adalah 125 responden. Jenis teknik sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *experiental marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel pelayanan jasa, kepercayaan merek, dan kualitas pelayanan jasa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Kepercayaan Merek, *Experiental Marketing*, Kepuasan Pelanggan

***EFFECT OF SERVICE QUALITY, BRAND TRUST, AND EXPERIENTIAL
MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY OF GRABFOOD
USERS IN KUDUS***

Diny Noor Hikmahtyar
201911650

- I. Dr. Dina Lusianti SE., M.M.,AAK.
- II. Faridhatun Faidah, SE.,M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, brand trust and experiential marketing on customer satisfaction. The type of research data uses quantitative data while the source of research data uses primary and secondary data. The sample determined was 125 respondents. The type of sampling technique used purposive sampling. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, experiential marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service variables, brand trust, and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.

***Keywords : Service Quality, Brand Trust, Experiential Marketing,
Customer Satisfaction***

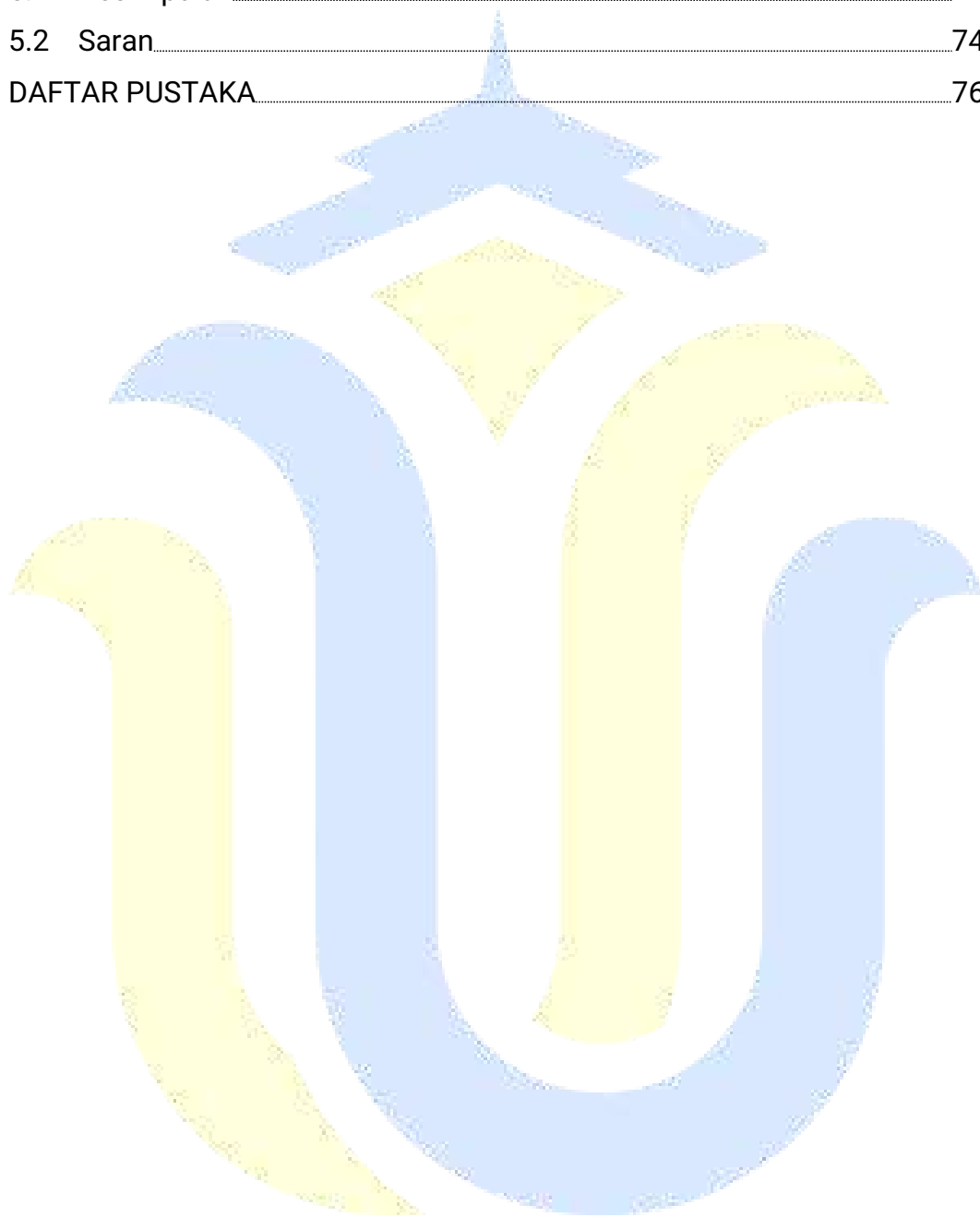
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Definisi Pemasaran	12
2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	13
2.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	15
2.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	16
2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.3 Kualitas Pelayanan Jasa	19
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan Jasa	19

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan Jasa	20
2.4 Kepercayaan Merek	21
2.4.1 Definisi Kepercayaan Merek	21
2.4.2 Jenis Jenis Kepercayaan	22
2.4.3 Indikator Kepercayaan Merek	22
2.5 Experiental Marketing	24
2.5.1 Definisi Experiental Marketing	24
2.5.2 Manfaat Experiental Marketingas	25
2.5.3 Indikator Experiental Marketing	25
2.6 Pengaruh Antar Variabel	27
2.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.6.3 Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.7 Penelitian Terdahulu	30
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	32
2.8.1 Kerangka Pemikiran	32
2.8.2 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Rancangan Penelitian	35
3.2. Variabel Penelitian	35
3.2.1. Jenis Variabel	35
3.3. Definisi Operasional Variabel	36
3.3.1. Kepuasan Pelanggan (Y)	36
3.3.2. Kualitas pelayanan jasa (X1)	37
3.3.3. Kepercayaan Merek (X2)	38
3.3.4. Experiental Marketing (X3)	39
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	39
3.4.1. Data Primer	39
3.4.2. Data Sekunder	40
3.5. Populasi dan Sampel	40
3.6. Pengumpulan Data	41

3.7. Uji Instrument	42
3.7.1. Uji Validitas	42
3.7.2. Uji Reliabilitas	43
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	44
3.8. Pengolahan Data	45
3.9. Analisis Data	46
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.10. Pengujian Hipotesis	47
3.10.1 Uji Parsial t	47
3.10.2 Uji Parsial F	48
3.10.3 Adjusted R Square	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian	50
4.2 Penyajian Data Responden	51
4.2.1 Identitas Responden	51
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	52
4.3 Uji Instrument	56
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reliabilitas	59
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.4 Analisis Data	62
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.5 Pengujian Hipotesis	64
4.5.1 Uji Parsial t	64
4.5.2 Uji Parsial F	66
4.5.3 Adjusted R Square	67
4.6 Pembahasan	68
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan	68
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.6.3 Pengaruh Experiential Marketing Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan	

4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Kepercayaan Merek dan Experiental Marketing Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

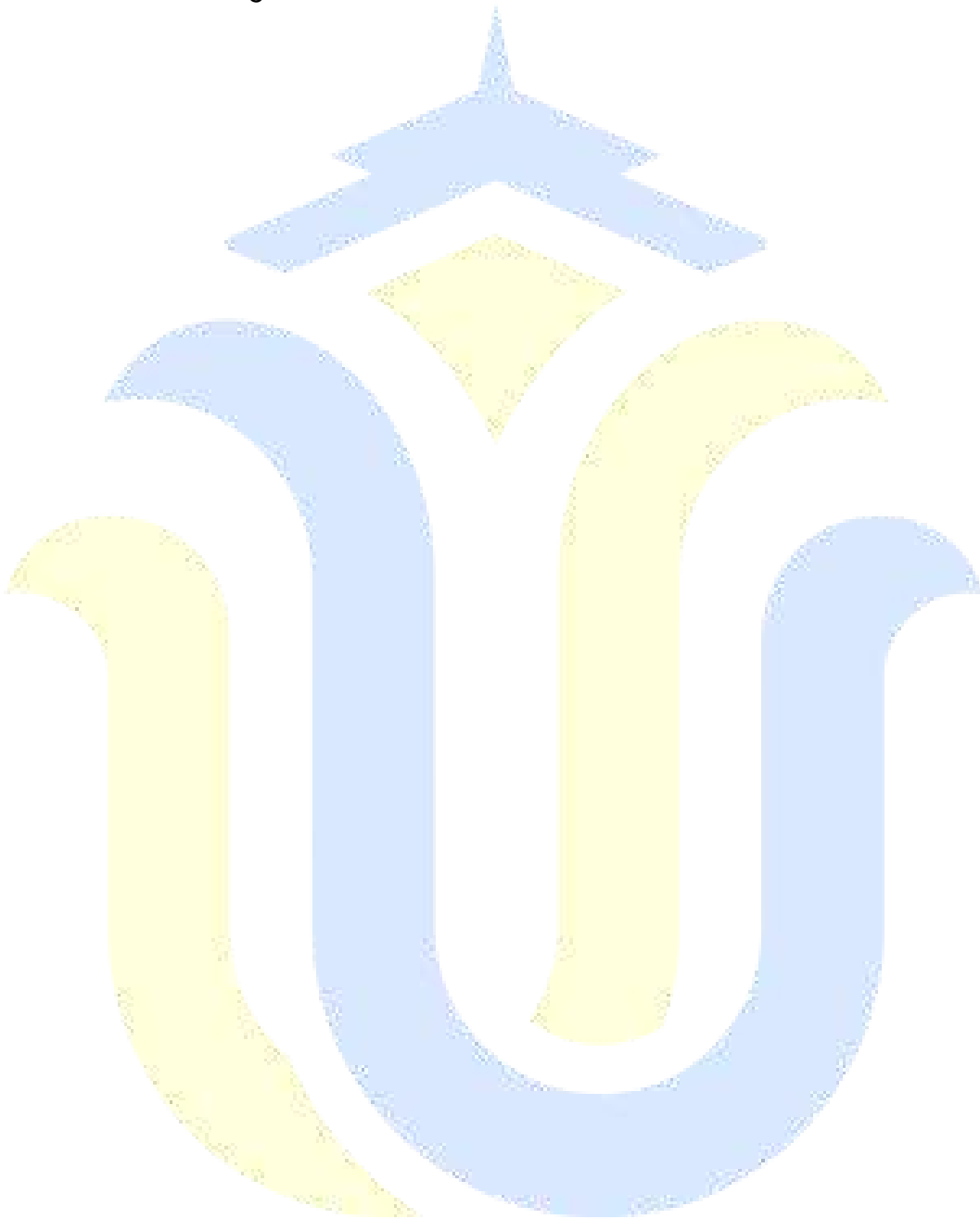


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Biaya Antar Aplikasi.....	5
Tabel 3.1 Skor Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Identitas Responden Penelitian.....	51
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan Jasa.....	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan Merek.....	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Experiental Marketing.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Jasa.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Experiental Marketing.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.11 Hasil Normalitas.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.15 Uji Parsial t.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial F (simultan).....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Adjusted R Square.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Reaksi Pelanggan Tentang Aplikasi Grab.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pernyataan Google Form.....	84
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	91
Lampiran 4 Hasil Olad Data SPSS.....	103
Lampira 5 Tabel Uji T.....	115

