



**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN,  
NILAI PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE*  
(STUDI PADA PENGGUNA GRAB DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

**AHMAD BADAWI**

**202011240**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**





**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN,  
NILAI PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE*  
(STUDI PADA PENGGUNA GRAB DI KUDUS)**

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

Disusun Oleh :  
**AHMAD BADAWI**  
**202011240**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN, NILAI  
PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* (STUDI PADA  
PENGGUNA GRAB DI KUDUS)**

Nama : Ahmad Badawi

Nim : 202011240

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 4 Desember 2024

Pembimbing I



( Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo, S.H., S.Pd., M.M. )  
NIDK. 8915210021

Pembimbing II



( Dian Wismar'ain, S.E., M.M. )  
NIDN. 0612127702

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



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



**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN, NILAI  
PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE*  
(STUDI PADA PENGGUNA GRAB DI KUDUS)**

Nama : Ahmad Badawi  
NIM : 202011240  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ....10 Desember..... 2024

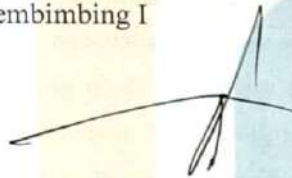
Mengetahui,  
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN.0024037701

Pembimbing I



(Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo, S.H., S.Pd., M.M.)

NIDK. 8915210021

Mengetahui,



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Dian Wismarein, S.E., M.M.)

NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sejujurnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kamu; dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih.”

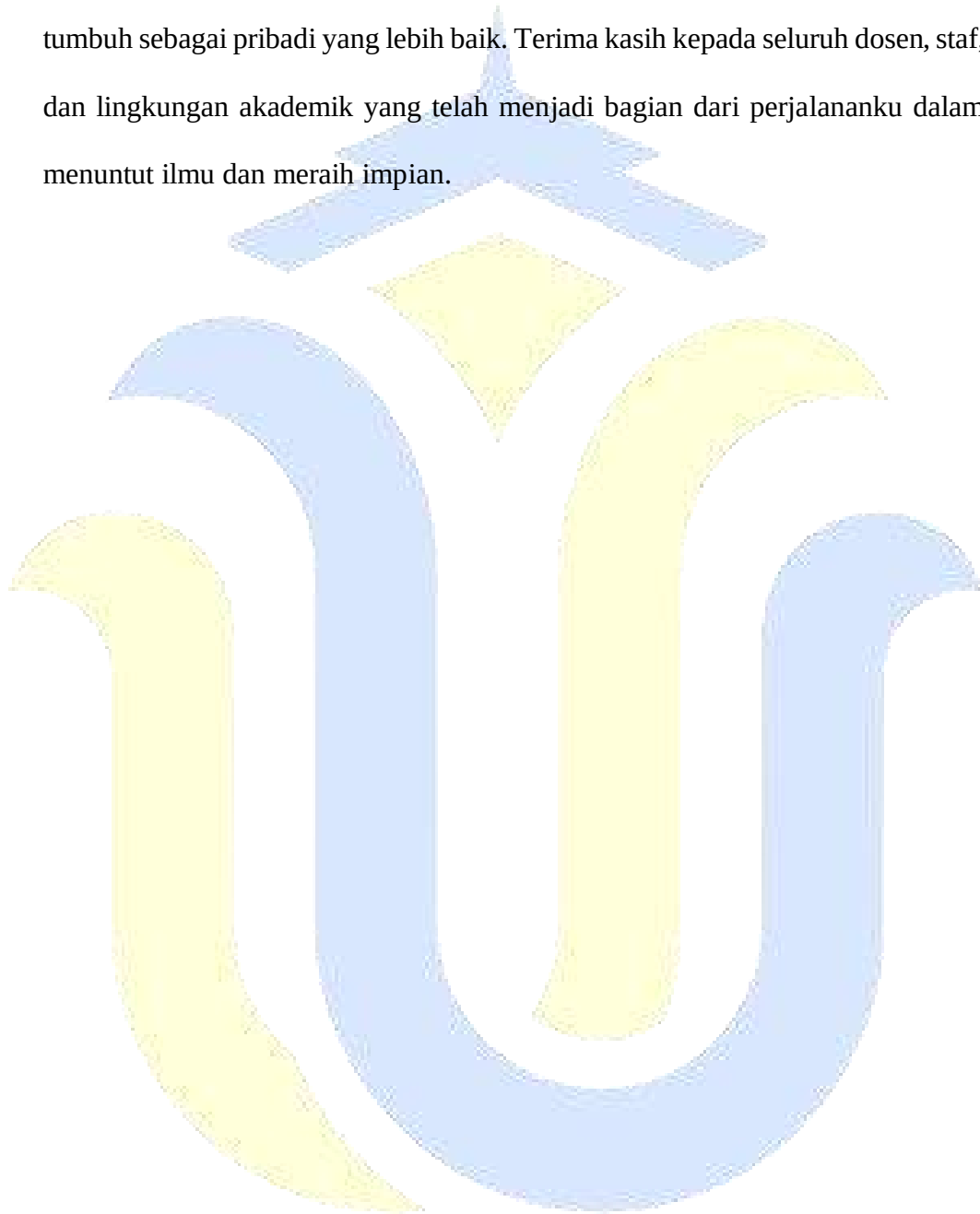
(QS. Ibrahim 14:7)

Persembahan:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Hindun dan Bapak Fathoer Rohman, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa henti. Segala pencapaian ini tidak lepas dari cinta dan pengorbanan yang telah kalian berikan sejak dulu. Terima kasih atas segala motivasi dan bimbingan yang telah kalian tanamkan dalam setiap langkah hidupku.
2. Kepada saudara tersayang, Syahrul Aziz, yang selalu menjadi sahabat dalam keluarga, memberikan semangat, dan menjadi bagian penting dalam perjalanan hidupku. Terima kasih atas kebersamaan dan dorongan yang kau berikan.
3. Teman-teman seperjuangan, Dedi, Tomy, Syamsidar, Faliq, Putri P, Meida, Marvela, Putri A, Feby, Rizky, dan Silla yang telah menemani dalam suka dan duka selama perjalanan panjang ini. Kalian adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan akademik dan kehidupan sosialku. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, serta bantuan yang tak ternilai harganya.
4. Diriku sendiri, Ahmad Badawi, atas keteguhan, kesabaran, dan usaha yang telah dilakukan untuk mencapai titik ini. Segala perjuangan ini adalah bukti bahwa

mimpi dan tekad yang kuat mampu membawa seseorang meraih pencapaian yang besar.

5. Terakhir, Universitas Muria Kudus, tempat di mana aku menimba ilmu dan tumbuh sebagai pribadi yang lebih baik. Terima kasih kepada seluruh dosen, staf, dan lingkungan akademik yang telah menjadi bagian dari perjalananku dalam menuntut ilmu dan meraih impian.





## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya yang diberikan untuk kita semua. Tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Atas izin Allah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Selama proses penyusunan skripsi penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

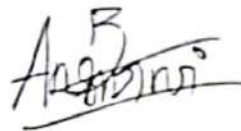
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. AG Sunarno Handoyo, S.H., S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan selama penyusunan skripsi.
5. Dian Wismar'ain, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama perkuliahan berlangsung.

Kudus,

2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad Badawi', with a stylized flourish above the name.

AHMAD BADAWI  
202011240

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN, NILAI  
PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* (STUDI PADA  
PENGGUNA GRAB DI KUDUS)**

**Ahmad Badawi**

**202011240**

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Drs. AG Sunarno Handoyo, S.H., S.Pd., M.M

Dosen Pembimbing 2 : Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan, kepercayaan, nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan transportasi online, dengan studi kasus pada pengguna Grab di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan melibatkan sampel sebanyak 100 pengguna Grab di Kudus yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengalaman pelanggan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan, kepercayaan, nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.

**Kata kunci :** pengalaman pelanggan, kepercayaan, nilai pelanggan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan.

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE, TRUST, CUSTOMER  
VALUE, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF  
ONLINE MOTORCYCLE TAXI TRANSPORTATION SERVICES (STUDY  
OF GRAB USERS IN KUDUS)***

**Ahmad Badawi**

**202011240**

Supervisor 1 : Dr. Drs. AG Sunarno Handoyo, S.H., S.Pd., M.M

Supervisor 2 : Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

***FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT***

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of customer experience, trust, customer value, and service quality on customer loyalty in online transportation services, with a case study of Grab users in Kudus Regency. This research employs a quantitative approach, involving a sample of 100 Grab users in Kudus, selected using non-probability sampling and purposive sampling techniques. The analytical tool used in this study is SPSS version 26. The results of the study indicate that customer experience has a positive but not significant effect on customer loyalty. Trust, customer value, and service quality each have a positive and significant effect on customer loyalty. Overall, customer experience, trust, customer value, and service quality have a positive effect on customer loyalty simultaneously.*

**Keywords:** *customer experience, trust, customer value, service quality, customer loyalty.*

## DAFTAR ISI

|                                               | HALAMAN |
|-----------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                            | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                      | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                       | iii     |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....                    | vii     |
| KATA PENGANTAR.....                           | ix      |
| ABSTRAK .....                                 | xi      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                         | xii     |
| DAFTAR ISI .....                              | xiii    |
| DAFTAR TABEL.....                             | xvi     |
| DAFTAR GAMBAR.....                            | xvii    |
| BAB I PENDAHULUAN.....                        | 1       |
| 1.1. Latar Belakang.....                      | 1       |
| 1.2. Ruang Lingkup.....                       | 13      |
| 1.3. Perumusan Masalah.....                   | 13      |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                   | 15      |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....                  | 15      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                 | 17      |
| 2.1. Manajemen Pemasaran.....                 | 17      |
| 2.2.1. Pengertian Pemasaran Jasa .....        | 17      |
| 2.3. Loyalitas Pelanggan .....                | 18      |
| 2.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....   | 18      |
| 2.3.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan..... | 18      |
| 2.3.3. Indikator Loyalitas Pelanggan .....    | 19      |
| 2.4. Pengalaman Pelanggan.....                | 21      |
| 2.4.1. Pengertian Pengalaman Pelanggan.....   | 21      |
| 2.4.2. Indikator Pengalaman Pelanggan .....   | 22      |
| 2.5. Kepercayaan .....                        | 24      |
| 2.5.1. Pengertian Kepercayaan .....           | 24      |
| 2.5.2. Indikator Kepercayaan.....             | 25      |
| 2.6. Nilai Pelanggan.....                     | 27      |

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.6.1. Pengertian Nilai Pelanggan.....                                | 27        |
| 2.6.2. Indikator Nilai Pelanggan.....                                 | 28        |
| 2.7. Kualitas Pelayanan.....                                          | 29        |
| 2.7.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....                             | 29        |
| 2.7.2. Indikator Kualitas Pelayanan .....                             | 30        |
| 2.8. Pengaruh Antar Variabel .....                                    | 33        |
| 2.8.1. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .   | 33        |
| 2.8.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....        | 34        |
| 2.8.3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....     | 35        |
| 2.8.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan ..... | 36        |
| 2.9. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....                               | 37        |
| 2.10. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....                  | 43        |
| 2.10.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....                             | 43        |
| 2.10.2. Hipotesis.....                                                | 44        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>45</b> |
| 3.1. Rancangan Penelitian.....                                        | 45        |
| 3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....                | 45        |
| 3.2.1. Variabel Penelitian .....                                      | 45        |
| 3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....                            | 46        |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data.....                                       | 52        |
| 3.4. Populasi dan Sampel.....                                         | 53        |
| 3.4.1. Populasi.....                                                  | 53        |
| 3.4.2. Sampel .....                                                   | 53        |
| 3.5. Pengumpulan Data.....                                            | 55        |
| 3.6. Uji Instrumen Penelitian .....                                   | 55        |
| 3.6.1. Uji Validitas .....                                            | 55        |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas.....                                          | 55        |
| 3.7. Pengolahan Data.....                                             | 56        |
| 3.8. Analisis Deskriptif .....                                        | 56        |
| 3.8.1. Analisis Data .....                                            | 57        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                              | <b>62</b> |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....                             | 62        |

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2. Deskripsi Responden.....                                                                                                  | 63 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                 | 64 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Grab .....                                                               | 64 |
| 4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....                                                                     | 65 |
| 4.3.1. Tanggapan terhadap Variabel Pengalaman Pelanggan( $X_1$ ).....                                                          | 65 |
| 4.3.2. Tanggapan terhadap Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) .....                                                                 | 66 |
| 4.3.3. Tanggapan terhadap Variabel Nilai Pelanggan ( $X_3$ ).....                                                              | 66 |
| 4.3.4. Tanggapan Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ).....                                                           | 67 |
| 4.3.5. Tanggapan Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....                                                               | 68 |
| 4.4. Analisis Data.....                                                                                                        | 68 |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                                                                                                      | 68 |
| 4.4.2. Uji Reliabilitas.....                                                                                                   | 70 |
| 4.4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....                                                                                       | 70 |
| 4.4.4 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                  | 72 |
| 4.4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....                                                                                   | 74 |
| 4.4.6 Uji Hipotesis .....                                                                                                      | 76 |
| 4.5. Pembahasan .....                                                                                                          | 79 |
| 4.5.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .                                                             | 79 |
| 4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....                                                                  | 80 |
| 4.5.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....                                                               | 81 |
| 4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....                                                           | 82 |
| 4.5.5 Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Nilai Pelanggan,<br>dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 83 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                                                                | 84 |
| 5.1. Kesimpulan.....                                                                                                           | 84 |
| 5.2. Saran .....                                                                                                               | 85 |
| 5.3. Bagi peneliti selanjutnya.....                                                                                            | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                           | 87 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                    | HALAMAN |
|--------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. 1 Permasalahan loyalitas Pelanggan Grab .....             | 10      |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 64      |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Grab.....  | 64      |
| Tabel 4. 3 Variabel Pengalaman Pelanggan .....                     | 65      |
| Tabel 4. 4 Variabel Kepercayaan .....                              | 66      |
| Tabel 4. 5 Variabel Nilai Pelanggan .....                          | 66      |
| Tabel 4. 6 Variabel Kualitas Pelayanan .....                       | 67      |
| Tabel 4. 7 Variabel Loyalitas Pelanggan .....                      | 68      |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....                               | 69      |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....                            | 70      |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....                   | 71      |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....                              | 73      |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....                       | 73      |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....                      | 74      |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....       | 75      |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji t .....                                      | 76      |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji F .....                                      | 77      |
| Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi .....                      | 78      |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                                                                                      | HALAMAN |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. 1 Review keluhan pelanggan (Pengalaman pelanggan) .....                                                                                                                                    | 3       |
| Gambar 1. 2 Review keluhan pelanggan (Kepercayaan).....                                                                                                                                              | 4       |
| Gambar 1. 3 Review keluhan pelanggan (Nilai pelanggan) .....                                                                                                                                         | 5       |
| Gambar 1. 4 Review keluhan pelanggan (Kualitas pelayanan) .....                                                                                                                                      | 6       |
| Gambar 1. 5 Rating Grab dan Gojek pada survei Top Brand Index.....                                                                                                                                   | 8       |
| Gambar 1. 6 Layanan Transportasi Online yang Digunakan Responden .....                                                                                                                               | 9       |
| Gambar 2. 1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pengguna Grab di Kudus) ..... | 43      |