



**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA *HANDPHONE* BLACKBERRY
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :
SISKA NOVITASARI
NIM 080810201072

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
HANDPHONE BLACKBERRY PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :
SISKA NOVITASARI
NIM 080810201072

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : **SISKA NOVITASARI**
NIM : **080810201072**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **PEMASARAN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PENGUNA *HANDPHONE BLACKBERRY*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah di ajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Maret 2012

Yang Menyatakan,

SiskaNovitasari

NIM. 080810201072

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *Penngaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Universitas Jember*

Nama Mahasiswa : Siska Novitasari

NIM : 080810201072

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M. Si

Drs. Ketut Indraningrat, M. Si

NIP. 19610317 198802 1 001

NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA *HANDPHONE*
BLACKBERRY PADA MAHASISWA UIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : SISKANOVITASARI
NIM : 080810201072
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

26 Maret 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D :
NIP. 19660408 199103 1 001

Sekretaris: Drs. Ketut Indraningrat, M. Si :
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Dr. Bambang Irawan, M. Si :
NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ku ini kepada...

1. Orang tuaku Alm. Ayahanda Rismanto, semangat itu selalu datang untuk membuat Beliau bangga. Ibu Sri Nurhayati ibu terhebatku
2. Kakakku Andy Wibowo terimakasih untuk semangat dan kekuatannya.



MOTTO

”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap”
(QS. Al Insyiroh 94 : 6-8)

Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba kita akan menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil
(Mario Teguh)

Orang tidak banyak ditentukan oleh apa yang dimilikinya ketika lahir, melainkan apa yang ia perbuat atas dirinya sendiri
(Alexander Graham Bell)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *customer experience* yang terdiri dari *sense, feel, think, act, dan relate* terhadap loyalitas konsumen pengguna *handphone* BlackBerry pada mahasiswa Universitas Jember. Penelitian ini merupakan *explanatory research* yang dilakukan dengan metode penyebaran kuisioner dan wawancara. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini bertindak pula sebagai sampel yaitu mahasiswa Universitas Jember sebanyak 150 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda secara simultan terdapat pengaruh *customer experience* yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan secara parsial variabel *sense, feel, act, dan relate* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan variabel *think* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Customer Experience* dan Loyalitas Konsumen



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna *Handphone* BlackBerry Pada Mahasiswa Universitas Jember“. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Karya tulis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dorongan serta doa dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

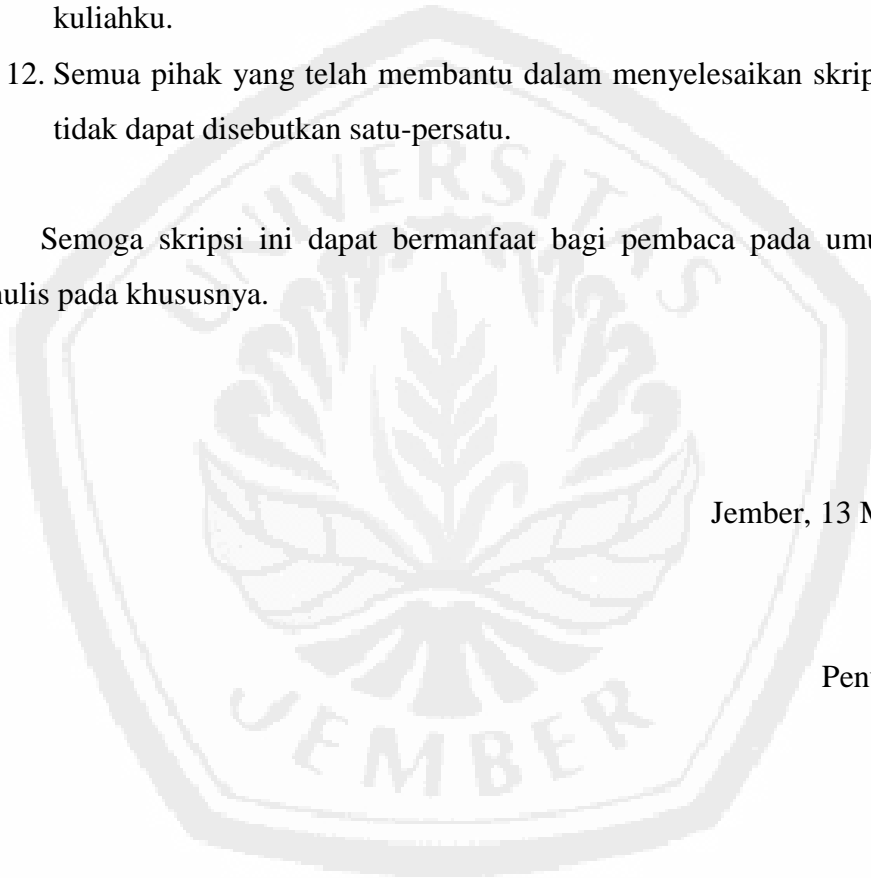
1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. H. Istifadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. M. Dimyati, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu staf karyawan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember terimakasih atas bantuannya.
7. Orang tuaku Ayah Alm. Rismanto dan ibu Sri Nurhayati untuk semua yang telah diberikan dan dikorbankan demi kebahagiaan dan kesuksesan penulis dahulu, kini dan nanti.

8. Kakakku Andy Wibowo terima kasih atas bimbingan, doa, dan dukungannya.
9. Arfrian Pranoto terimakasih untuk perhatian dan semangatnya.
10. Sahabat terbaikku Cika, Shella, Dias, Fina, Hany, Sari, Ika, Nita, Tiwi, Mita, dan Novi terimakasih untuk kebersamaanya.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2008 . Terima kasih atas doa dan dukungan kalian yang telah memberikan warna dikehidupan kuliahku.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Jember, 13 Maret 2012

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoritis	7

2.2.1 Pemasaran.....	7
2.2.2 Konsep <i>Experiential Marketing</i>	8
2.2.3 Konsep <i>Customer Experience</i>	11
2.2.4 Loyalitas Konsumen.....	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	15
2.4 Hpotesis.....	15
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Jenis Data.....	17
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.4 Populasi dan Sampel.....	18
3.4.1 Populasi	18
3.4.2 Sampel	18
3.5 Teknik Pengukuran Data	18
3.6 Identifikasi Operasional Variabel	19
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.8 Metode Analisis Data	21
3.8.1 Uji Validitas.....	21
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.8.4 Uji Normalitas	24
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	24
3.8.6 Uji Hipotesis.....	26
3.8.7 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	28
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	29

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Sejarah Singkat RIM BlackBerry	31
4.1.2 RIM BlackBerry di Indonesia	33
4.1.3 Profil Mahasiswa Universitas Jember	34
4.2 Karakteristik Responden.....	35
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan usia.....	36
4.3 Hasil Analisis Data	38
4.3.1 Statistik Deskriptif	37
4.3.2 Uji Validitas	41
4.3.3 Uji Reliabilitas	42
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.3.5 Uji Normalitas	44
4.3.6 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.7 Uji F	47
4.3.8 Uji t	48
4.3.9 Koefisien Determinasi Berganda	50
4.4 Pembahasan	50
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Secara Simultan	51
4.4.2 Pengaruh <i>Sense</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	51
4.4.3 Pengaruh <i>Feel</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	52
4.4.4 Pengaruh <i>Think</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	52
4.4.5 Pengaruh <i>Act</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	53
4.4.6 Pengaruh <i>Relate</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	54

4.4.7 Variabel yang Paling Dominan Memengaruhi.....	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

2.1	: Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	7
4.1	: Pembagian Mahasiswa UNEJ Berdasarkan Fakultas	35
4.2	: Jumlah responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.3	: Jumlah responden Berdasarkan Usia.....	36
4.4	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Sense</i>	37
4.5	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Feel</i>	37
4.6	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Think</i>	38
4.7	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Act</i>	38
4.8	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Relate</i>	39
4.9	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas konsumen.....	40
4.10	: Hasil Uji Validitas.....	41
4.11	: Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.12	: Hasil Perhitungan Metode Stepwise	43
4.13	: Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda.....	43
4.14	: Hasil Uji Normalitas dengan Nilai Skewness dan Kurtosis.....	44
4.15	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.16	: Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
4.17	: Hasil Uji F.....	48
4.18	: Hasil Uji t.....	48
4.19	: Hasil Regresi Linier Variabel <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Konsumen	50

DAFTAR GAMBAR

2.3	: Kerangka Konseptual.....	15
3.8.4	: Kelompok Daerah dalam Uji Durbin Watson.....	25
3.9	: Kerangka Pemecahan Masalah	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 7 Hasil Uji Heterskedastisitas

