

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA *E-COMMERCE* SHOPEE di
KABUPATEN PRINGSEWU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Strata 1 (S-1)
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen



Oleh

ARIEF DARMAWAN
2021306301083

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2025**

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA E-COMMERCE SHOPEE di KABUPATEN PRINGSEWU

Arief Darmawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalty pada pengguna E-Commerce Shopee di Kabupaten Pringsewu. Rumusan masalah mencakup: (1) sejauh mana Customer Experience memengaruhi loyalitas pelanggan, (2) dimensi CX manakah yang paling dominan, dan (3) hubungan antara lima dimensi CX (personalization, accessibility, convenience, customer recognition, helpfulness & problem solving) dengan loyalitas. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan kuesioner Likert pada 127 responden purposive sampling. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji F. Hasil menunjukkan CX secara simultan signifikan memengaruhi loyalitas ($F = 105,454$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,813$). Secara parsial, personalization ($\beta = 0,255$; $p = 0,002$), accessibility ($\beta = 0,171$; $p = 0,016$), dan helpfulness & problem solving ($\beta = 0,321$; $p < 0,001$) signifikan, sedangkan convenience dan customer recognition tidak. Temuan ini memberikan dasar strategi peningkatan loyalitas melalui optimalisasi personalization, accessibility, dan problem solving.

Kata Kunci: *Customer Experience, Customer Loyalty, Shopee*

**THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY
ON THE SHOPEE E-COMMERCE PLATFORM IN PRINGSEWU
REGENCY**

Arief Darmawan

ABSTRACT

This study examines the effect of Customer Experience on Customer Loyalty among Shopee e-commerce users in Pringsewu Regency. The research problems are: (1) the overall impact of Customer Experience on loyalty, (2) the most dominant CX dimension, and (3) the relationship between five CX dimensions (personalization, accessibility, convenience, customer recognition, helpfulness & problem solving) and loyalty. A quantitative survey using a Likert-scale questionnaire was administered to 127 purposively sampled respondents. Data were processed through validity and reliability tests, classical assumption checks, multiple linear regression, determination coefficient, and F-test. Findings reveal that CX simultaneously affects loyalty significantly ($F = 105.454$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.813$). Individually, personalization ($\beta = 0.255$; $p = 0.002$), accessibility ($\beta = 0.171$; $p = 0.016$), and helpfulness & problem solving ($\beta = 0.321$; $p < 0.001$) are significant predictors, while convenience and recognition are not. These results inform strategies to enhance loyalty by optimizing personalization, accessibility, and problem-solving features.

Keywords: *Customer Experience, Customer Loyalty, Shopee*

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI E-COMMERCE SHOPEE di KABUPATEN PRINGSEWU

SKRIPSI

oleh:
Arief Darmawan
2021306301083

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Juliono, S.Pd., MM
NIDN. 0218078702

Anita Nurilaili Kusuma Wardani, SE., M.M
NIDN. 0226099501

Ketua Program Studi,

Dhel Juni Pasya, SE.,MM
NIDN. 0210109202

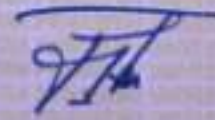
iv

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

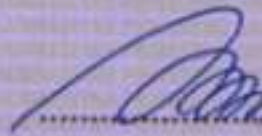
HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

1. Tim Penguji

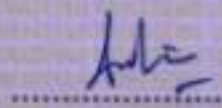
Ketua Penguji : Fatoni, S.E.,M.M.



Penguji I : Juliono, S.Pd.,M.M.



Penguji II : Aulia Nurlaili Kusuma
Wardani, S.E.,M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu



Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2025

fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arief Darmawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 2021306301083
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar karya saya sendiri dan tidak mempunyai persamaan dengan skripsi lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan mendapatkan sanksi dari pihak pimpinan Fakultas.

Pringsewu, 10 Juli 2025
Yang membuat pernyataan

Arief Darmawan
NPM. 2021306301083

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arief Darmawan
NPM : 2021306301083
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi
Judul : **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA *E-COMMERCE* SHOPEE di
KABUPATEN PRINGSEWU**

Guna pengembangan ilmu pengetahuan kesehatan, menyetujui memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung tanpa menuntut ganti rugi berupa materi atas karya ilmiah saya yang berjudul *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Pringsewu*.

Dengan pernyataan ini Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung berhak menyimpan, mengalihmediakan dalam bentuk format yang lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak atas karya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Pringsewu
Pada tanggal : 10 Juli 2025

Yang menyatakan,

Arief Darmawan
NPM. 2021306301083

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia dan pertolongan-Nya hingga saat ini, saya persembahkan karya ini sebagai ungkapan cinta dan bakti saya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, cinta, dan dukungan tanpa henti selama proses studi ini.
2. Teman-teman seperjuangan, yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
3. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

MOTTO

*"Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada jalan ini, perankan saja,
Tuhan ialah sebaik-baiknya sturadara"*

"Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi, dan saya menang"

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama saya Arief Darmawan, lulusan NIM 2021306301083 dari Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Pringsewu. Saya lahir di Ambarawa pada tanggal 18 April 2003 dan dibesarkan dalam keluarga beragama Islam. Sebagai seorang laki-laki, saya menempuh pendidikan dan tumbuh di lingkungan Ambarawa Barat, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu, di mana hingga kini saya masih berdomisili bersama keluarga.

Pendidikan dasar saya dimulai di SD Negeri 2 Ambarawa Barat yang saya jalani dari tahun 2009 hingga 2015. Setelah lulus, saya melanjutkan ke SMP Negeri 1 Ambarawa pada periode 2015–2018. Kemudian, semangat saya terhadap keahlian vokasional membawa saya ke SMK Yasmida Ambarawa, di mana saya menimba ilmu dan keterampilan praktis selama tiga tahun, dari 2018 hingga 2021. Pada tahun 2021, saya diterima di Universitas Muhammadiyah Pringsewu dan menuntaskan studi S1 Manajemen pada tahun 2025, yang saya rangkum melalui penyusunan tugas akhir dengan fokus pada manajemen pemasaran digital.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhānahu wa Ta'ālā, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* pada *E-Commerce* Shopee di Kabupaten Pringsewu”. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad ﷺ yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman penuh cahaya dan ilmu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pringsewu. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Ns. Arena Lestari M.Kep., Sp.Kep.J. Ph.D selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu
2. Ibu Atmi Saptarini, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu
3. Bapak Dhel Juni Pasya., SE. MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu.
4. Bapak Juliono, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Aulia Nurlaili Kusuma Wardani, .M.M selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak

telah membimbing, memberikan motivasi, ilmu, meluangkan waktu dan tenaga dalam penyelesaian skripsi ini

5. Bapak dan Ibu Dosen program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu, terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan, motivasi dan semangat serta bantuan yang juga selalu diberikan;
6. Teman-teman sejawat dan rekan mahasiswa Program Studi Manajemen, yang telah memberikan bantuan, diskusi, dan semangat kebersamaan selama masa penelitian.
7. Serta semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga ketulusan bapak, ibu, serta rekan-rekan semua mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi kemajuan ilmu manajemen pemasaran digital, khususnya dalam meningkatkan pengalaman dan loyalitas pelanggan pada platform e-commerce.

Penulis,
Arief Darmawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
RIWAYAT HIDUP PENULIS	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Ruang Lingkup Penelitian	5
1. Objek Penelitian	6
2. Subjek Penelitian	6
3. Waktu Penelitian	6
4. Tempat Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori	9
1. Teori dan Konsep <i>Customer Experience</i>	9
2. Teori dan Konsep <i>Customer Loyalty</i>	10
3. Hubungan <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	11
B. Kerangka Pikir	12
C. Hipotesis	13

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	15
B. Definisi Operasional Variabel	16
C. Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling	18
1. Populasi	18
2. Sampel	19
3. Teknik Sampling	20
D. Metode Pengumpulan Data	20
E. Instrumen Pengumpulan Data	22

F. Teknik Analisis Data	24
1. Pengolahan Data Awal.....	25
2. Uji Validitas	27
3. Uji Reliabilitas	29
4. Uji Asumsi Klasik.....	31
5. Analisis Regresi Linear Berganda	33
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
7. Uji t dan Uji F.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	41
1. Demografi Responden.....	42
2. Uji Validitas.....	44
3. Uji Reliabilitas	46
4. Uji Asumsi Klasik	48
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
7. Uji F Simultan (ANOVA)	58
B. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1</i>	Definisi Operasional Varibel	17
<i>Tabel 3.2</i>	Indikator Pengalaman Pelanggan	24
<i>Tabel 3.3</i>	Nilai Koefisien Alpha.....	30
<i>Tabel 4.1</i>	Demografi Responden.....	43
<i>Tabel 4.2</i>	Uji Validitas	45
<i>Tabel 4.3</i>	Uji Reliabilitas.....	46
<i>Tabel 4.4</i>	Uji Normalitas	49
<i>Tabel 4.5</i>	Uji Multikolinearitas	51
<i>Tabel 4.6</i>	Hasil Uji Glejser	53
<i>Tabel 4.7</i>	Output Coefficients Regresi Linear Berganda.....	54
<i>Tabel 4.8</i>	Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
<i>Tabel 4.9</i>	Uji F (ANOVA) Simultan.....	59
<i>Tabel 4.10</i>	Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1</i>	Kerangka Pikir Penelitian.....	13
<i>Gambar 4.1</i>	Normal Q-Q Plot	49