

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
*PROSPERO POOL AND CAFÉ***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh : DIEEFA BRAHMANTARA

2010411238

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
*PROSPERO POOL AND CAFÉ***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh : DIEEFA BRAHMANTARA

2010411238

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dieefa Brahmantara

NIM : 2010411238

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah yang berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH DIGITAL MARKETING, CUSTOMER EXPERIENCE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PROSPERO POOL AND CAFÉ* merupakan hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka umum, jika ternyata kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 1 September 2024

Yang menyatakan,



Dieefa Brahmantara

NIM. 2010411238

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PROSPERO *POOL AND CAFÉ*

Oleh :

DIEEFA BRAHMANTARA

NIM. 2010411238

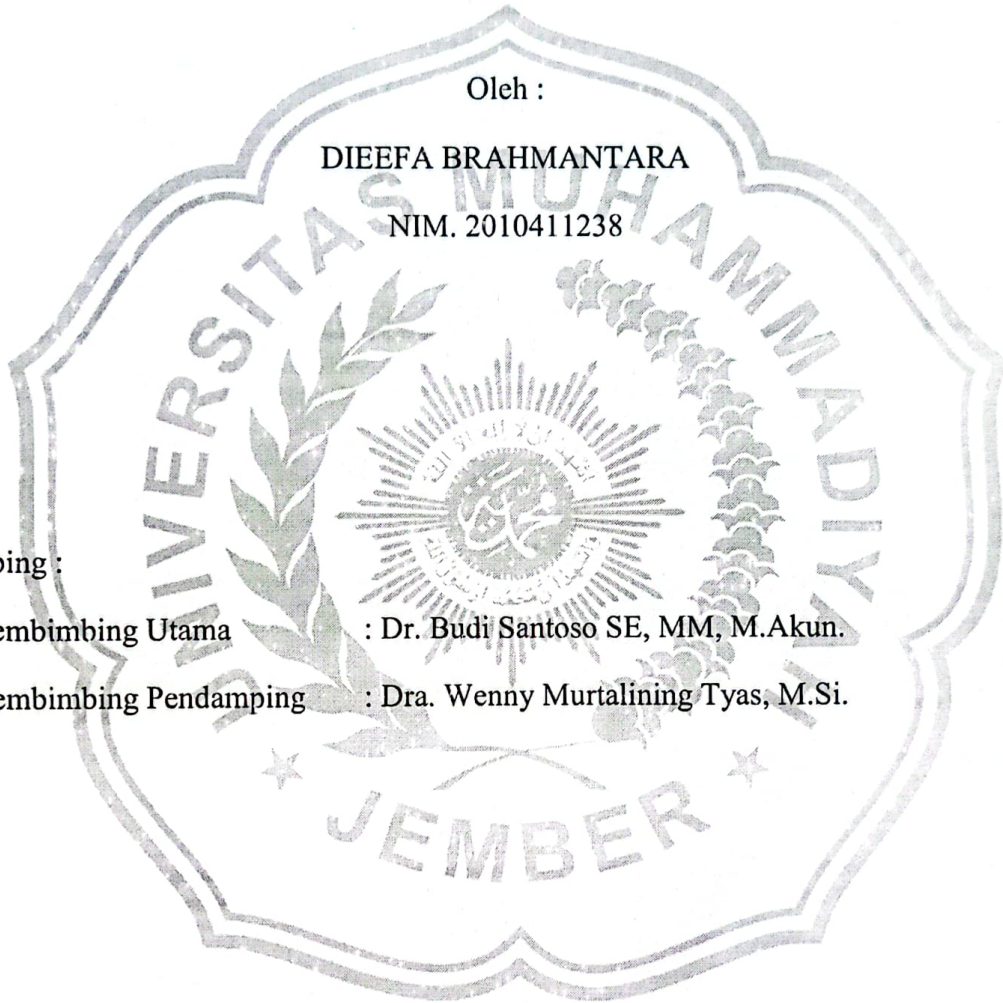
Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si.



PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Prospero Pool And Café*, telah diuji dan disahkan oleh fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 11 November 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Haris Hermawan, SE, MM
NPK. 1968101011503640

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun.
NPK. 1973100911139340

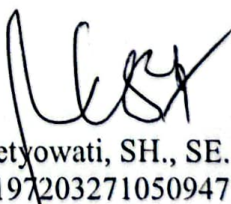
Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si.
NPK. 1964110818407039

Mengesahkan

Dekan


Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP. 197711082005012001

Ketua Program Studi


Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam yang pada akhirnya Skripsi ini telah terselesaikan, dan dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat dan karunianya sehingga Skripsi saya telah terselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan semangat, motivasi dan do'a, serta pengorbanan waktu dan tenaga untuk mendidik saya menjadi mandiri sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya hingga saat ini.
3. Laili Qodriah yang telah menjadi teman hidup saya yang selalu menemani dan hadir dalam keadaan suka maupun dalam keadaan duka, terimakasih atas bantuan dalam bentuk moral atau dalam bentuk apapun itu sehingga saya dapat menyelesaikan studi hingga saat ini
4. Sehfur Rizjal, Fajar Nur Risqi dan Ardyansyah yang telah membantu dan menemani saya selama penelitian, saya ucapkan terima kasih banyak atas semangat dan dukungannya.
5. Teman-teman seangkatan yang sama-sama sedang berjuang untuk menyelesaikan studi, saya ucapkan terima kasih dan terus semangat.

KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan karuniaNya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir atau Skripsi dengan judul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING, CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PROSPERO *POOL AND CAFÉ*.” Syukur Alhamdulillah, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan dengan batas waktu yang telah ditentukan. Yang sebagai mana merupakan salah satu persyaratan Fakultas untuk menyusun Skripsi dalam rangka menyelesaikan Laporan Tugas Akhir (LTA) pada Program Studi (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan Tugas Akhir atau Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik materi, moral, maupun spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Dr.Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kepala Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan disiplin dalam penulisan Skripsi ini,
5. Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan Skripsi ini,
6. Bapak Dr. Haris Hermawan,SE, MM. selaku dosen penguji Skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan Skripsi ini,
7. Owner atau pemilik Prospero Pool and Café di kabupaten Jember yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh responden dari Prospero Pool and Cafe Jember yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penyusunan Skripsi ini.

Jember, 11 November 2024

Penulis

Dieefa Brahmantara
NIM. 2010411238

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II	7
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Strategi Pemasaran	8
2.3 <i>Digital Marketing</i>	8
2.3.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	8
2.3.2 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	9
2.3.3 Indikator <i>Digital Marketing</i>	9
2.4 <i>Customer Experience</i>	10
2.4.1 Indikator <i>Customer Experience</i>	11
2.5 Kualitas Pelayanan	13
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.6 Loyalitas Pelanggan	14
2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	14

2.6.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	14
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	16
2.8 Kerangka Konseptual.....	19
2.9 Hipotesis	20
BAB III.....	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.1.1 Variabel Bebas (Independen).....	22
3.1.2 Variabel Terikat (Dependen).....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel (DOV)	22
3.3 Desain Penelitian	25
3.4 Jenis Data.....	26
3.4.1 Data primer.....	26
3.4.2 Data Sekunder	26
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.5.1 Populasi	26
3.5.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Uji Instrumen.....	28
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3 Regresi Linier Berganda.....	30
3.6.4 Uji Hipotesis.....	31
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi.....	31
BAB IV.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.2 Gambaran Umum Responden.....	33
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	35
4.3 Hasil Analisis Data	35
4.3.1 Statistik Deskriptif Penelitian.....	35
4.4 Uji Instrumen Data.....	43

4.4.1 Uji Validitas	43
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.5.1 Uji Normalitas	45
4.5.2 Uji Multikolinieritas	46
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.6 Uji Regresi Linier	47
4.7 Uji Hipotesis	49
4.7.1 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t).....	49
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.9 Pembahasan	51
4.9.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.9.2 Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
BAB V	55
5.1 Kesimpulan dan Keterbatasan Penulis.....	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
Lampiran 1.....	60
Lampiran 2.....	64
Lampiran 3.....	69
Lampiran 4.....	72
Lampiran 5.....	77
Lampiran 6.....	79
Lampiran 7.....	84
Lampiran 8.....	86
Lampiran 9.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Cafe Biliar di Kota Jember.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	35
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Digital Marketing</i>	36
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Customer Experience</i>	38
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengikut Instagram di Beberapa <i>Cafe</i> Biliar Jember.....	4
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Pengikut Instagram di Beberapa <i>Cafe</i> Biliar Jember.....	33
Gambar 4.2 Pengikut Instagram di Beberapa <i>Cafe</i> Biliar Jember.....	45
Gambar 4.3 Pengikut Instagram di Beberapa <i>Cafe</i> Biliar Jember.....	47

