



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN  
*CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN OJEK *ONLINE* MAXIM**

**SKRIPSI**

**ANIQ MUFLIAH NURQALBI-2010111248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN  
*CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN OJEK *ONLINE* MAXIM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**ANIQ MUFLIAH NURQALBI-2010111248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Aniq Muflihah Nurqalbi

NIM. : 2010111248

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan,



(Aniq Muflihah Nurqalbi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aniq Muflihah Nurqalbi  
NIM : 2010111248  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Customer Experience Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Ojek Online Maxim**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 6 Desember 2023

Yang menyatakan, materai

  
(.....Aniq Muflihah N.....)

# HALAMAN PENGESAHAN


## SKRIPSI

### PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OJEK *ONLINE* MAXIM

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**ANIQ MUFLIAH NURQALBI- NIM 2010111248**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Yuliniar, SE.,MM.**


**Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, SE, MM,CLIP**  
**Penguji I**



**Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D**  
**Penguji II (Pembimbing)**



**Siti Hidayati, SE., MM.**  
**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Desember 2023

***The Influence of Brand Image, Service Quality, and Customer Experience of Customer Satisfaction On Online Transportation Maxim***

**By Aniq Muflihah Nurqalbi**

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to knowing, analyzing, and proving the effect of brand image, service quality and customer experience on customer satisfaction. The population in this study are customers of online transportation Maxim who are domiciled in the DKI Jakarta area. This study used 100 respondent using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire via Google Forms. Hypothesis testing in this study used partial least squares method with the help of the SmartPLS 4. The results of the test obtained (1) there is a significant effect of brand image on customer satisfaction, (2) there is a significant effect of service quality on customer satisfaction (3) there is no significant effect of customer experience on customer satisfaction.*

***Keywords : brand image, service quality, customer experience and customer satisfaction.***

# **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* Maxim**

**Oleh Aniq Muflihah Nurqalbi**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh citra merek, kualitas layanan dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan transportasi *online* Maxim yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google forms*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *partial least squares* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan, (2) terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (3) tidak terdapat pengaruh signifikan pengalaman konsumen terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** citra merek, kualitas layanan, *customer experience* dan kepuasan pelanggan



## BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Pada hari Selasa, 12 Desember 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Aniq Muflihah Nurqalbi  
No.Pokok Mahasiswa : 2010111248  
Program : Manajemen S.1

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online Maxim*

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM.	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM, CLIP	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D.	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.



## PRAKATA

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yaitu Allah SWT terhadap segala karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* Maxim” dapat selesai tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terima kasih diberikan kepada pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D selaku pembimbing penelitian yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan dalam proses pembuatan usulan penelitian ini.
4. Ibu Dra. Dahlia Pinem, MM ., selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis semasa berkuliah di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah S.E, M.M, selaku dosen manajemen yang telah bersedia membantu penulis untuk meminjamkan referensi buku-bukunya
6. Orangtua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman penulis di antaranya yang sudah memberikan saran dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kontribusi agar penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat

dilanjutkan ke tahap berikutnya. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi pembelajaran untuk dikembangkan di kemudian hari.

Jakarta, 27 September 2023

Aniq Muflihah Nurqalbi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan.....	8
1.4    Manfaat.....	8
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2    Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1    Landasan Teori .....	10
2.1.1    Perilaku Konsumen .....	10
2.1.2    Kepuasan Pelanggan .....	10

2.1.3	Citra Merek .....	14
2.1.4	Kualitas Layanan.....	15
2.1.5	Pengalaman Pelanggan ( <i>Customer Experience</i> ) .....	17
2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3	Model Penelitian.....	27
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.3	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan....	28
2.4	Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.1.1	Definisi Operasional.....	29
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	30
3.2	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3.1	Jenis Data .....	33
3.3.2	Sumber Data.....	33
3.3.3	Pengumpulan Data .....	34
3.4	Teknik Analisis Data .....	36
3.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	36
3.4.2	Analisis Inferensial.....	37
3.4.3	Uji Validitas .....	40
3.4.4	Uji Reliabilitas .....	41
3.4.5	Uji R-Square (Koefisien Determinasi).....	41

3.4.6	Uji Q-square .....	42
3.4.7	Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	44
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	45
4.2.1	Data Responden .....	45
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	48
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	53
4.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	53
4.3.2	Uji Validitas Konvergen .....	54
4.3.3	Uji Validitas Diskriminan .....	55
4.3.4	Uji Reliabilitas .....	58
4.3.5	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
4.4	Pembahasan .....	62
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	64
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan....	66
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	68
5.3	Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen.....	34
Tabel 4. Skala Likert .....	35
Tabel 5. Deskripsi Jenis Kelamin.....	45
Tabel 6. Deskripsi Usia .....	46
Tabel 7. Deskripsi Pekerjaan Responden.....	46
Tabel 8. Deskripsi Domisili Responden .....	47
Tabel 9. Interpretasi Nilai Indeks.....	48
Tabel 10. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	49
Tabel 11. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	50
Tabel 12. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan ..	51
Tabel 13. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Experience .....	52
Tabel 14. Outer Loading .....	54
Tabel 15. Nilai Crossloading .....	56
Tabel 16. Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	57
Tabel 17. Nilai Composite Reliability .....	58
Tabel 18. Nilai Cronbach's Alpha .....	58
Tabel 19. Nilai Uji R-square .....	59
Tabel 20. Hasil Uji-t.....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 2. Alasan Memilih Transportasi Online .....	3
Gambar 3. Layanan Transportasi Online Paling Aman di Indonesia.....	4
Gambar 4. Permasalahan Umum Pengguna Aplikasi Transportasi Online .....	5
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian .....	28
Gambar 6. Inner Model .....	38
Gambar 7. Outer Model .....	39
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur.....	39
Gambar 9. Logo Perusahaan Maxim.....	44
Gambar 10. Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ) .....	54
Gambar 11. <i>Inner Model</i> .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	76
Lampiran 2. Tabel Titik Persentase Distribusi t (df = 1-200).....	81
Lampiran 3. Review Online Pengguna Aplikasi Maxim di Playstore .....	82