

SKRIPSI
PREDIKSI *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *SERVICE*
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY
TRANSMART CARREFOUR DI JAKARTA:
***CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL**
MEDIASI



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : KAVIRA KAMATE SANDRA

NIM : 115160376

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2020

SKRIPSI
PREDIKSI *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *SERVICE*
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY
TRANSMART CARREFOUR DI JAKARTA:
***CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL**
MEDIASI



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : KAVIRA KAMATE SANDRA

NIM : 115160376

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN

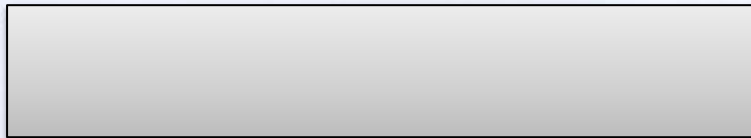


FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Kavira Kamate Sandra
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160376
Program Studi : Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 22 Juni 2020



Kavira Kamate Sandra

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

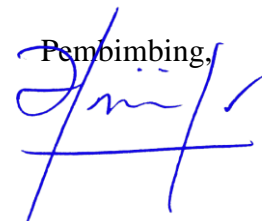
1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KAVIRA KAMATE SANDRA
NO. MAHASISWA : 115160376
PROGRAM/ JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY TRANSMART CARREFOUR DI
JAKARTA: *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

Jakarta, 08 Juli 2020

Pembimbing,


(Dr. Keni, S.E., M.M)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kavira Kamate Sandra

NIM : 115160376

Program Studi : S1 Manajemen Bisnis

Judul Skripsi

Prediksi *Customer Experience* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* Transmart Carrefour di Jakarta: *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Tommy S. Ruslim, S.E., M.M.
2. Anggota : Dr. Keni, S.E., M.M.
3. Anggota : Frangky Slamet S.E., M.M.

Jakarta, 8 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. Keni, S.E., M.M)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY

JAKARTA

- (A) KAVIRA KAMATE SANDRA (115160376)
- (B) *PREDICTION OF CUSTOMER EXPERIENCE AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY TRANSMART CARREFOUR IN JAKARTA : CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION.*
- (C) xv +114 pages, 2020, 20 tables, 9 pictures, 7 attachments
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) ***Abstract:** the purpose of this research is to examine wheter 1) customer experience can predict customer satisfaction of Transmart Carrefour in Jakarta. 2) service quality can predict customer satisfaction of Transmart Carrefour in Jakarta. 3) customer experience can predict customer loyalty of Transmart Carrefour in Jakarta. 4) service quality can predict customer loyalty of Transmart Carrefour in Jakarta. 5) customer satisfaction can predict customer loyalty of Transmart Carrefour in Jakarta. 6) customer satisfaction mediates the prediction customer experience on customer loyalty of Transmart Carrefour in Jakarta. 7) customer satisfaction mediates the prediction service quality on customer loyalty of Transmart Carrefour in Jakarta. Sample was selected using convenience sampling method amounted to 200 respondents at Jakarta. The result of this study show that customer experience and service quality has significant effect to predict customer satisfaction, customer experience has significant effect to predict customer loyalty, service quality has not significant effect to predict customer loyalty, customer satisfaction has significant effect to predict customer loyalty, customer satisfaction mediates the prediction of customer experience and service quality on customer loyalty.*
- (F) *Customer Experience, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*
- (G) *References 84 (1974-2020)*
- (H) *Dr. Keni S.E., M.M*

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKUTAS EKONOMI
JAKARTA

- (A) KAVIRA KAMATE SANDRA (115160376)
- (B) PREDIKSI CUSTOMER EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TRANSMART CARREFOUR DI JAKARTA : CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.
- (C) xv +114 Halaman, 2020, 20 tabel, 9 gambar, 7 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah 1) pengalaman pelanggan dapat memprediksi kepuasan pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 2) kualitas pelayanan dapat memprediksi kepuasan pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 3) pengalaman pelanggan dapat memprediksi loyalitas pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 4) kualitas pelayanan dapat memprediksi loyalitas pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 5) kepuasan pelanggan dapat memprediksi loyalitas pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 6) kepuasan pelanggan memediasi prediksi pengalaman pelanggan pada loyalitas pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. 7) kepuasan pelanggan memediasi prediksi kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Transmart Carrefour di Jakarta. Sampel dipilih menggunakan convenience sampling berjumlah 200 responden di Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan untuk memprediksi kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan memiliki pengaruh signifikan untuk memprediksi loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan untuk memprediksi loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan untuk memprediksi loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memediasi prediksi pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan.
- (F) Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan
- (G) Daftar Pustaka 84 acuan (1974-2020)
- (H) Dr. Keni S.E., M.M.