

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN JASA SALON CLEOPATRA KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh:

**DWI RAHMA MUTIARA
NPM. 2061201097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN JASA SALON CLEOPATRA KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Diajukan Oleh:**

**DWI RAHMA MUTIARA
NPM. 2061201097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP MINAT
MENGGUNAKAN JASA SALON CLEOPATRA KOTA
BENKULU



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

DWI RAHMA MUTIARA
NPM. 2061201097

Disetujui Oleh:
Pembimbing

Eti Arini, S.E., M.M
NIDN.0227086601

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furqanti Ranidiah, S.E., M.M
NIDN. 0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI
PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA SALON CLEOPATRA KOTA BENGKULU

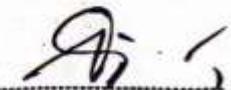
Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Hari : Senin
Tanggal : 26 Agustus 2024

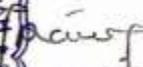
SKRIPSI

Oleh:
DWI RAHMA MUTIARA
NPM. 2061201097

Dewan Penguji:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. Dr. Islamuddin, S.E., M.M | Ketua () |
| 2. Mimi Kurnia Ningsih, S.E., M.M | Anggota () |
| 3. Eti Arini, S.E., M.M | Anggota () |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Raniyah, S.E., M.M
NIDN. 0208047301



SERTIFIKASI

Saya DWI RAHMA MUTIARA menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul **Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Minat Menggunakan Jasa Salon Cleopatra Kota Bengkulu** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudia hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Bengkulu, Juli



Dwi Rahma Mutiara
NPM. 2061201097

ABSTRAK

Dwi Rahma Mutiara 2024. Pengaruh Customer Experience dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Menggunakan Jasa Salon Cleopatra Kota Bengkulu

Dosen Pembimbing : Eti Arini, S.E., M.M

Pemasar harus membuat strategi pemasaran yang efektif, yaitu perlu memahami terlebih dahulu bisnis apa yang dijalankan karena bisnis jasa atau barang merupakan bisnis yang berbeda. Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu. Untuk mengetahui pengaruh *Customer experience* dan *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah korelasional yaitu suatu penelitian untuk mengetahui pengaruh dan tingkat pengaruh antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut. Customer experience (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa (Y) di Salon Cleopatra Bengkulu. Customer satisfaction (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa (Y) di Salon Cleopatra Bengkulu. Customer experience (X_1) dan customer satisfaction (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa (Y) di Salon Cleopatra Bengkulu

Kata Kunci: Pengaruh customer experience, customer satisfaction

ABSTRACT

Dwi Rahma Mutiara 2024. The Influence Customer Experience and Customer Satisfaction On Interest In Using Cleopatra Salon Services, Bengkulu City.

Supervisor: Eti Arini, S.E., M.M.

Marketers must create an effective marketing strategy, that is, they need to first understand what business they are running because service or goods businesses are different businesses. The aim of the research is to determine the influence of customer experience on interest in using Cleopatra salon services in Bengkulu City. To determine the influence of customer satisfaction on interest in using Cleopatra salon services in Bengkulu City. To determine the influence of customer experience and customer satisfaction on interest in using Cleopatra salon services in Bengkulu City. This type of research is correlational, namely research to determine the influence and level of influence between two or more variables without any attempt to influence these variables. Customer experience (X1) has a positive and significant effect on interest in using services (Y) at Salon Cleopatra Bengkulu. Customer satisfaction (X2) influences interest in using services (Y) at Salon Cleopatra Bengkulu. Customer experience (X1) and customer satisfaction (X2) influence interest in using services (Y) at Salon Cleopatra Bengkulu.

Keywords: Influence of customer experience, customer satisfaction

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Hiduplah dengan hati yg bersih karena tidak ada yang kekal di muka bumi ini
- Sukses adalah ketika kita bisa meraih tujuan kita dengan cara yang halal dan sesuai dengan ajaran islam. abdurrahman wahid
- Setetes keringat orang tuaku seribu langkahku untuk maju

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada allah swt saya menyadari segala nikmat dan kebahagiaan ini bentuk kebaikan allah kepada saya yg luar biasa , sebuah perjuangan yg cukup panjang telah aku lalui dengan mendapatkan gelar serjana ini, rasa sukur dan kebahagiaan ini akan ku persembahkan kepada orang-orang yang ku sayangi dan berarti dalam hidupku

1. Untuk kedua orang tua ku yg tercinta dan tersayang, bapak Ahmad Mulyadi dan ibu Hesti Herawati terimakasih atas pengorbanannya yg sangat luar biasa, dan selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini , terimakasih telah mendidik saya dengan baik serta kasih sayang yg tidak pernah henti , semoga kalian sehat selalu, hidup dalam keberkahan dan bahagia selalu
2. Bapak dan ibu dosen, pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas yg telah meluangkan waktunya menuntun dan mengarahkan saya terimakasih bapak dan ibu dosen jasa kalian akan selalu tepatri di hati

3. Untuk kedua saudara tersayang saya, yg selalu senantiasa memberi dukungan, semangat, dan omelan kecil sebagai bentuk sayang kalian terhadap saya
4. Untuk sahabat dan teman teman terimakasih telah menemani dalam suka maupun duka, terimakasih atas waktu, usaha dan dukungan yg telah di berikan
5. terakhir untuk diri sendiri terimakasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengandalkan diri dari berbagai tekanan dari luar, terimakasih sudah berjuang untuk tetap hidup dan terimakasih sudah berusaha menjadikan aku versi terbaik, aku bangga untuk setiap langkah kecilku dan semoga setiap langkahku penuh dengan keberkahan dan bisa membanggakan dan membahagiakan kedua orang tuaku

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas anugerahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul "**Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Minat Menggunakan Jasa Salon Cleopatra Kota Bengkulu**". Skripsi ini adalah salah satu sarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan rasa terima kasih tak terhingga atas bimbingan, pengarahan dan petunjuk-petunjuk yang telah diberikan kepada penulis, Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu
4. Ibu Eti Arini, S.E.,M.M selaku pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran kepada peneliti.
5. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu

6. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas motivasinya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis menyusun skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu berupa moril maupun materi dalam skripsi ini.

Semoga apa yang telah mereka berikan sebagai amal yang baik dan memperoleh imbalan yang sesuai dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang konstruktif akan peneliti ini terima dengan senang hati demi perbaikan di masa yang akan datang.

Bengkulu, Juli 2024

Dwi Rahma Mutiara
NPM. 2061201097

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| JUDUL | i |
| SAMPUL DALAM..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II STUDI PUSTAKA | |
| 2.1 Deskripsi Konseptual..... | 7 |
| 2.1.1 Minat Konsumen | 7 |
| 2.1.2 Indikator Minat Konsumen | 9 |
| 2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen..... | 12 |
| 2.1.4 <i>Customer Experience</i> | 12 |
| 2.1.5 Indikator <i>Customer Experience</i> | 16 |
| 2.1.6 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i> | 19 |
| 2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i> | 22 |
| 2.1.8 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> | 24 |
| 2.1.9 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i> | 26 |
| 2.1.10 Pengaruh Antar Variabel | 28 |
| 2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan..... | 29 |
| 2.3 Kerangka Analisis..... | 35 |
| 2.4 Definisi Operasional..... | 36 |
| 2.5 Hipotesis | 37 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 38 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 38 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 3.5 Uji Instrumen Penelitian..... | 41 |
| 3.5.1 Uji Validitas..... | 41 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas..... | 41 |
| 3.6 Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.7.1 Regresi Linear Berganda | 45 |
| 3.7.2 Koefisien Determinasi | 46 |
| 3.7.3 Pengujian Hipotesis | 47 |

DAFTAR PSUTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan global yang berubah semakin cepat saat ini menyebabkan setiap perusahaan, termasuk bisnis jasa mencoba mencari cara yang inovatif guna mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas pelayanan. Hal ini menyebabkan pemasar dituntut untuk dapat menciptakan strategi pemasaran yang baru, unik dan lebih kreatif sehingga mampu membangun hubungan jangka panjang dan loyalitas dengan konsumen (Anita, 2012).

Pemasar harus membuat strategi pemasaran yang efektif, yaitu perlu memahami terlebih dahulu bisnis apa yang dijalankan karena bisnis jasa atau barang merupakan bisnis yang berbeda. Javalgi dan Moberg (2017) menyebutkan beberapa bukti artikel yang menyatakan bahwa pemasar membuat perbedaan antara bisnis barang dan jasa, dan variasi strategi pemasarannya untuk memuaskan konsumen. Empat karakteristik yang umumnya digunakan pemasar untuk membedakan barang dan jasa yaitu *inseparability, intangibility, heterogeneity dan perishability*. Oleh sebab itu perbedaan karakteristik antara barang dan jasa tersebut menyebabkan pemasar perlu melakukan strategi pemasaran yang berbeda (Anna, 2012).

Customer satisfaction adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. *Customer satisfaction* adalah suatu konsep yang telah lama

dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, *Customer satisfaction* menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan customer satisfaction. Indikator *Customer satisfaction* memuat teori Irawan terdiri dari: perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, terpenuhinya harapan konsumen setelah membeli produk (Irawan, 2019:21).

Customer experience (pengalaman konsumen) secara sederhana adalah suatu proses, strategi dan implementasi dari suatu perusahaan untuk mengelola konsumen terhadap pengalamannya dengan sebuah produk atau layanan. Pada dasarnya, *customer experience* adalah penciptaan kepuasan konsumen melalui pengalaman. Jadi, titik bertumpu kepada produk akhir dari suatu produk atau pelayanan. Adapun indikator dari pengalaman konsumen adalah pengalaman dalam produk, pengalaman dalam lingkungan, pengalaman dalam komunikasi loyalitas, pengalaman dalam layanan konsumen dan sosial dipertukarkan, pengalaman dalam acara (Senjaya, 2013:123)

Banyak penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pengalaman konsumen. Perasaan senang dalam pengalaman berbelanja memiliki dampak yang positif signifikan terhadap customer satisfaction, bahkan dapat berdampak positif pada niat pembelian ulang. *Customer experience* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Penciptaan *customer experience* dengan menggunakan mampu menciptakan *customer satisfaction*.

Tuntutan konsumen yang menginginkan pengalaman yang maksimal ketika menggunakan suatu produk atau jasa juga harus dipertimbangkan oleh pemasar konsumen memiliki ikatan emosional dengan produk atau jasa tersebut dan akan sulit untuk berpindah ke perusahaan lain (Reymond, 2013:78).

Usaha yang bergerak dibidang jasa seperti salon kecantikan, saat ini sedang marak dan berkembang pesat. Hal ini terlihat banyak munculnya usaha sejenis di Kota Bengkulu. Pengusaha berlomba menawarkan jasa kepada konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa salon Cleopatra bernama Yulia pada tanggal 25 November 2023 yang mengalami pengalaman kurang menyenangkan dimana ketika melakukan manicure dan pedicure tetapi kukunya menjadi rusak. Selain itu juga peneliti mewawancarai konsumen lainnya bernama Echa pada tanggal 25 November 2023 dimana konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan salon karena terdapat beberapa orang karyawan baru yang belum menguasai pekerjaannya. Menurut keterangan dari karyawan salon bernama Syila bahwa memang terjadi penurunan konsumen dalam waktu beberapa bulan terakhir. Berikut adalah data penurunan pengguna jasa layanan salon cleoparta 3 bulan terakhir:

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen

| No. | Bulan | Jumlah |
|------------|---------------|---------------|
| 1 | November 2023 | 297 |
| 2 | Desember 2023 | 260 |
| 3 | Januari 2024 | 213 |

Berdasarkan uraian tersebut sdi atas, maka judul dalam penelitian ini adalah: **Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Minat Menggunakan Jasa Salon Cleopatra Kota Bengkulu.**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Konsumen yang pernah menggunakan jasa salon Cleopatra yang mengalami pengalaman kurang menyenangkan dimana ketika melakukan manicure dan pedicure tetapi kukunya menjadi rusak.
2. Terdapat konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan salon karena terdapat beberapa orang karyawan baru yang belum menguasai pekerjaannya.
3. Terjadi penurunan konsumen dalam waktu beberapa bulan terakhir.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan hasil terarah dan tidak menyimpang dari perumusan, maka penelitian dibatasi pada:

- a. Pengaruh *Customer experience* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu indikator menurut Irawan, (2013:28) yaitu *market assessment* (penilaian pasar), *idea generation* (ide secara berkelanjutan), *concept testing* (percobaan konsep), *product design* (merancang produk) dan *product testing* (percobaan produk).
- b. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu dengan indikator menurut Zeithaml dan Britner, (2015:113) yaitu kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

- c. Minat konsumen dengan indikator untuk mengukur minat konsumen dengan indikator menurut Crow & Crow, (2013:189) yaitu ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*) dan keyakinan (*conviction*).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu?
2. Bagaimana pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu?
3. Apakah *customer experience* dan *customer satisfaction* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer experience* dan *customer satisfaction* terhadap minat menggunakan jasa salon Cleopatra Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat suatu karya ilmiah dan mengaplikasikan hasil yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

b. Bagi Salon Cleopatra Kota Bengkulu, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan bagi Salon Cleopatra Kota Bengkulu.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan yang sama.