

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

**DEISCHA YUKY ANDARIZKY**

**1707620058**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas  
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND  
CONSUMER TRUST ON THE LOYALTY OF SHOPEE USERS  
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING  
VARIABLE (CASE STUDY ON GENERATION Z IN DKI JAKARTA)**

**DEISCHA YUKY ANDARIZKY**

**1707620058**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**This skripsi proposal is prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.**

**BUSINESS EDUCATION PROGRAM STUDY**

**FACULTY OF ECONOMIC**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Deischa Yuky Andarizky. 1707620058 . Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Generasi Z di DKI Jakarta. Juli 2024**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pengguna Shopee generasi Z di Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Sebanyak 200 responden yang dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 18-27 tahun dan pernah menggunakan Shopee minimal tiga kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 4.0 untuk menganalisis dan mengolah data penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* menggunakan rumus Hair dan berjumlah 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, *experiential marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kedua, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga, *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keempat, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kelima, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keenam, *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Ketujuh, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

**Deischa Yuky Andarizky. 1707620058 . The Effect of Experiential Marketing and Consumer Trust on Shopee User Loyalty Through Customer Satisfaction as a Mediating Variable (Case Study of Generation Z in DKI Jakarta. July 2024.**

*The purpose of this study was to determine the effect of experiential marketing, consumer trust on Shopee generation Z user loyalty in Jakarta. This research method uses a quantitative research design by distributing questionnaires. A total of 200 respondents were sampled using purposive sampling technique. The research object in this study is respondents who are 18-27 years old and have used Shopee at least three times in the past year. This research uses SmartPLS 4.0 software to analyze and process research data. The sampling technique used purposive sampling technique using Hair's formula and totaled 200 respondents. The results showed that: First, experiential marketing has no positive and significant effect on customer loyalty. Second, consumer trust has a positive and significant effect on customer loyalty. Third, experiential marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction. Fourth, consumer trust has a positive and significant effect on customer satisfaction. Fifth, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Sixth, experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. Seventh, consumer trust has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

**Keywords:** *Experiential Marketing, Consumer Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D  
NIP/NIDK : 197412212008121001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Rahmi, S.E., M.S.M  
NIP/NIDK : 198305012018032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Deischa Yuky Andarizky  
No. Registrasi : 1707620058  
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis  
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Generasi Z di Jakarta).

untuk mengikuti Sidang Akhir Skripsi.

Jakarta, 15 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D  
197412212008121001

Dosen Pembimbing II

Rahmi, S.E., M.S.M  
198305012018032001

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd  
NIP. 199302202019032022

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI





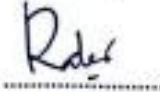
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D  
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Ketua Sidang)		23 Juli 2024
2	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji Ahli 1)		23 Juli 2024
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E, M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 2)		23 Juli 2024
4	Andi Muhammad Sadat., S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		30 Juli 2024
5	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		30 Juli 2024

Nama : Deischa Yuky Andarizky  
No. Registrasi : 1707620058  
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis 2020  
Tanggal Lulus : 19 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,

**Deischa Yuky Andarizky**

NIM. 1707620058

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



## THE INDONESIAN FINANCIAL MANAGEMENT ASSOCIATION

(KEPMENKUMHAM R.I. NOMOR AHU-0019786.AH.01.07 TAHUN 2015)

Management Study Program Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

R.A. Kartini Building, 8<sup>th</sup> Floor, Jl.Rawamangun Muka, Jakarta, Indonesia, 13220

Tel : (021) 29266216, webpage: [www.ifma-online.org](http://www.ifma-online.org)

Email: [secretariat@ifma-online.org](mailto:secretariat@ifma-online.org)

No : 204 / 5<sup>th</sup> IRCMB / VII / 2024

Hal : LETTER OF ACCEPTANCE

Jakarta, 11 July 2024

Dear Deischa Yuky Andarizky, Andi Muhammad Sadat, Rahmi  
Faculty of Economics, State University of Jakarta

We are pleased to inform you that your paper entitled "THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND CONSUMER TRUST ON THE LOYALTY OF SHOPEE USERS IN JAKARTA THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE (CASE STUDY ON GENERATION Z IN JAKARTA)" submitted to the Fifth International Research Conference on Management and Business (5th IRCMB) held on August 1 & 2, 2024 has been accepted for oral presentation (hybrid conference). The abstract/paper will be included in the conference proceedings with ISSN/ISBN. Selected papers will have the opportunity to be published in international journals.

Please pay the registration fee by July 15, 2024 at the latest to be included in the conference program.

Should you have any enquiries, please do not hesitate to contact us at [submission@ircmb.org](mailto:submission@ircmb.org)

Thank you.

Best wishes,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suherman', is written over a horizontal line.

Suherman

Conference chair, 5<sup>th</sup> IRCMB, <http://ircmb.org/call-for-papers-2024/>



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan banyak kesempatan pada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee di Jakarta Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Generasi Z di Jakarta)” dengan tepat waktu dan lancar. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Skripsi ini dapat disusun dengan baik tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang oleh karena itu, saya sebagai peneliti ini menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Rahmi, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Jajaran pegawai Fakultas Ekonomi baik para staf maupun dosen yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam kegiatan perkuliahan di Universitas Negeri Jakarta.

6. Kepada kedua orang yang sangat penting, Bapak Tri Joko Mursetyono dan Ibu Wiwit Wijiastuty selaku kedua orang tua penulis, yang tidak pernah berhenti berdoa dan memberikan kasih sayang dengan penuh rasa cinta kepada anak-anaknya termasuk penulis hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat kepada penulis.
8. Putri Della Safina, Silva Arum, Winny Viola, Rizka Yuliani, dan Nafiza Puspa selaku sahabat yang selalu kebersamai dan memberi semangat sejak awal pengerjaan proposal sampai akhir skripsi.
9. Lievena Julia, Alifiani Putri, Dieke Marsha Angelica, Indah Nur Laila, Elsa Safitri, Anilla Rabbani, dan Nabila Agustia selaku sahabat penulis yang senantiasa memberikan kesan yang mendalam serta memberikan semangat dan dukungan bagi penuli selama masa perkuliahan dan pengerjaan Skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah bersedia membantu dan memberikan dukungan selama pengerjaan Skripsi ini.
11. Teruntuk saya sendiri yang sudah berhasil menyelesaikan Skripsi ini sampai akhir dan mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan serta keadaan. Terimakasih telah menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan rela mengorbankan waktu istirahat.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan serta keterbatasan yang dimiliki penulis dalam Skripsi ini. Maka dari itu, masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat dibutuhkan oleh penulis. Penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis dan bagi kita semua.

Jakarta, Juli 2024

Penulis