

PENGARUH KEPUASAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN *WOM INTENTION* TERHADAP LOYALITAS DALAM DIGITALISASI PEMASARAN KENDARAAN BERMOTOR DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
(S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

**David Bryan Barnabas Kaha
NPM : 210326483**

**Departemen Manajemen
Fakultas Bisnis Dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : David Bryan Barnabas Kaha

NPM : 210326483

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan Judul:

PENGARUH KEPUASAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN *WOM INTENTION* TERHADAP LOYALITAS DALAM DIGITALISASI PEMASARAN KENDARAAN BERMOTOR DI YOGYAKARTA

Adalah karya orisinal dan bukan merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain. Saya telah secara tertulis mencantumkan referensi bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan pada Skripsi ini dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini kami buat sebagai pelengkap dokumen Skripsi ini.

Yogyakarta, 15 Mei 2025



David Bryan Barnabas Kaha

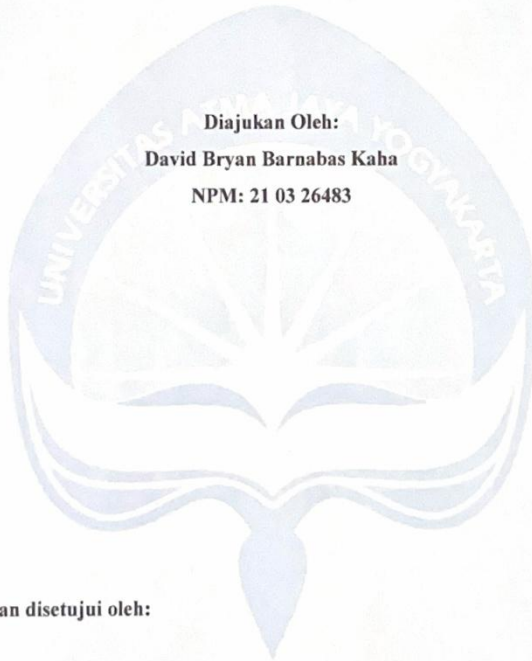
LEMBAR PENGESAN

**PENGARUH KEPUASAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN *WOM*
INTENTION TERHADAP LOYALITAS DALAM DIGITALISASI
PEMASARAN KENDARAAN BERMOTOR DI YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh:

David Bryan Barnabas Kaha

NPM: 21 03 26483



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

11 Juni 2025

Skripsi

PENGARUH KEPUASAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN *WOM INTENTION* TERHADAP LOYALITAS DALAM DIGITALISASI PEMASARAN KENDARAAN BERMOTOR DI YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

David Bryan Barnabas Kaha

NPM : 21 03 26483

Telah dipertahankan dan di depan panitia penguji

pada tanggal 3 Juni 2025

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

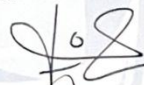
Ketua Panitia Penguji



Wenefrida Mahestu Noviandra

Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, SA., MBA.



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 3 Juni 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan, Pengalaman Pelanggan, dan *WOM Intention* terhadap Loyalitas dalam Digitalisasi Pemasaran Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah membekali penulis dengan ilmu dan wawasan selama masa studi.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga tercinta, terutama orang tua, yang senantiasa memberikan dukungan moril, spiritual, dan semangat yang tiada henti.
4. Rekan-rekan dan sahabat yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Yogyakarta, 15 Mei 2025



David Bryan Barnabas Kaha

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.2 Pengalaman Pelanggan.....	15
2.1.3 <i>WOM Intention</i>	16
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Penelitian.....	26
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.4.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.....	27
2.4.2 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.....	29
2.4.3 Pengaruh <i>WOM Intention</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
3.2.1 Variabe Dependen	33
3.2.2 Variabe Independen.....	34
3.3 Sampel Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.5.1 Analisis Deskriptif	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.5.5 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Peneltian.....	40
4.1.1 Deskripsi Data.....	40
4.1.2 Statistik Deskriptif	42
4.1.3 Uji Realibitas.....	44
4.1.4 Uji Validitas.....	46
4.1.5 Uji Hipotesis	48
4.2 Pembahasan.....	52
4.2.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.....	52
4.2.2 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta	54
4.2.3 Pengaruh <i>WOM Intention</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Bermotor di Yogyakarta.....	56
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi Manajerial	60
5.3 Kelemahan Penelitian.....	61

5.4 Saran Penelitian.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Domisili Responden	41
Tabel 4.4 Pernah Membeli Motor Bekas.....	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	44
Tabel 4.7 hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	48
Tabel 4.12 Anova	49
Tabel 4.13 Coefficients	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dokumentasi OLX.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Output SPSS.....	67
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 3. Jurnal	77



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan niat menyebarkan informasi dari mulut ke mulut (*WOM intention*) memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks jual beli motor bekas secara digital di Yogyakarta. Transformasi digital dalam sektor pemasaran kendaraan bermotor telah memberikan kemudahan akses informasi, proses transaksi yang lebih cepat, serta pengalaman yang lebih personal bagi pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian motor bekas secara daring. Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh dari masing-masing variabel.

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan *WOM intention* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, baik secara individual maupun bersama-sama. Hasil ini menegaskan pentingnya memberikan pengalaman positif dan memuaskan bagi pelanggan untuk mempertahankan loyalitas mereka dalam lingkungan pemasaran digital yang kompetitif. Pelaku usaha perlu memprioritaskan kualitas layanan dan membangun hubungan yang berkelanjutan guna menciptakan pelanggan yang loyal dan menjadi agen promosi secara sukarela melalui WOM.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, *WOM Intention*, Loyalitas Pelanggan, Pemasaran Digital