

**PENGARUH *CO-CREATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMODERASI OLEH *CUSTOMER BEHAVIOR* DAN *EXPERIENCE QUALITY*
(Studi Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



**OLEH:
FAJAR DIVA FRATAMA
112011262**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *CO-CREATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMODERASI OLEH *CUSTOMER BEHAVIOR* DAN *EXPERIENCE QUALITY*
(Studi Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
FAJAR DIVA FRATAMA
112011262

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKAS
2024**

PERSETUJUAN BIMBINGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Fajar Diva Fratama
NIM : 112011262
Judul Skripsi : Pengaruh Co-Creation Terhadap Customer Loyalty
Yang Dimoderasi Oleh Customer Behavior dan
Experience Quality (Studi Kasus Pada Konsumen
Mie Instan ABC Cup di Wilayah Kabupaten
Bekasi).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian seminar proposal skripsi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 Juni 2024
Pembimbing



Dr. Hj. Surya Bintarti S.E., M.M
NIDN : 0423107203

Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***PENGARUH CO-CREATION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG
DIMODERASI OLEH CUSTOMER BEHAVIOR DAN EXPERIENCE QUALITY
(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Fajar Diva Fratama

112011262

Telah dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Edunomika, Volume 8, Nomor 2, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu pernyataan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Bekasi, 20 Juli 2024

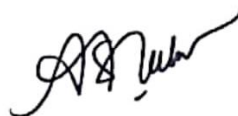
Ka. Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc.

NIDN: 0406068402

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M

NIDN: 0404046508

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, melainkan milik mereka yang senantiasia berusaha.”

(B.j. Habibie)

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena ALLAH tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kadarnya.”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Bangun kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncat yang paling baik menuju kesuksesan.”

(Dale Carnegie)

Dengan penuh rasa Syukur alhamdulillah kepada ALLAH SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan tak lupa juga sholawat serta salam yang penulis curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan Cahaya dalam kehidupan didunia ini, semoga syaafa'at beliau selalu meyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

1. Ayahanda Sarbini, Ibunda tercinta (Almh) Santi Susanti, Kakek ku tersayang (Alm) H. Niman, Nenek ku tersayang Tati dan seluruh keluarga besar.
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE.,MM dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berhaga.
3. Pasangan saya Indah Ramadhaniah, yang telah memberikan saya semangat hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat saya Hafidz, Irsyad, Surya, Rendi, Caing, Zil, Hazmi, Gilang, Bahri, dan orang-orang yang mendoakan serta menginginkan yang terbaik untuk saya

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fajar Diva Fratama
NIM : 112011262
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri, Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma, Kaidah dan etika penulis ilmiah. Apabila di kemudin hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undanagn yang berlaku.

Bekasi, 12 Juni 2024

Tanda Tangan



Fajar Diva Fratama

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Pengaruh Co-Creation Terhadap Customer Loyalty Yang Dimoderasi Oleh Customer Behavior dan Experience Quality (Study Kasus Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Wilayah Kabupaten Bekasi)”. Penyusunan Tugas Akhir/Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB). Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan agar bisa menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr.Hj. Surya Bintarti SE.,MM selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Ir. H. Moh Mardiana.,M.M.,PHD, selaku Ketua Yayasan Pelita Bangsa.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Tim Penguji, Ibu Dr. Nur'Aeni.,SE.,M.Si, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.

7. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
9. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal ‘alamiin.
10. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan. 11.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas akhir/skripsi/tesis ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 12 Juni 2024
Tanda Tangan

Fajar Diva Fratama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<i>Abstrack</i>	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.2 Pengertian <i>Co-Creation</i>	15
2.1.3 Pengertian <i>Customer Behavior</i>	17
2.1.4 Pengertian Experience Quality	18
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	20
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian	24
2.3.1 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.2 Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	30
3.1.1 Jenis Penelitian.....	30
3.1.2 Desain Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.2.1 Definisi Operasional	32
3.2.2 Pengukuran Variabel	35
3.3 Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel	35
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Metode Analisi Data.....	37
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	37

3.5.2 Analisis Statistik Inferensial.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan ABC President Indonesia.....	45
4.1.2 Hasil Analisa dan Uji Hipotesa.....	48
4.1.3 Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
DAFTAR LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Celah Penelitian	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Tabel Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4. 1 <i>Top Brand Awards</i> Mie Instan Dalam Kemasan Cup.....	47
Tabel 4. 2 Statement Pengguna Mie Instan ABC Cup di Kabupaten Bekasi	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Penelitian	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Co-Creation</i>	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Customer Behavior</i>	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Experience Quality</i>	62
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading Customer Loyalty</i>	66
Tabel 4. 9 <i>Outer Loading Co-creation</i>	68
Tabel 4. 10 <i>Outer Loading Customer Behavior</i>	69
Tabel 4. 11 <i>Outer Loading Experience Quality</i>	71
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4. 13 <i>Average Variant Extracted</i>	75
Tabel 4. 14 <i>Construct Reliability dan Validity</i>	76
Tabel 4. 15 Uji Evaluasi <i>R-square</i>	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis <i>Path Coeffiece</i>	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Hipotesis dan Model Penelitian.....	28
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Varian Rasa Mie ABC Cup.....	46
Gambar 4. 2 Strategi Pemasaran Mie ABC Cup.....	46
Gambar 4. 3 Hasil Uji SEM-PLS.....	65
Gambar 4. 4 Hasil dari <i>Bootsrapping</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lampiran Proposal Skripsi	89
Lampiran 2 Mapping Jurnal	91
Lampiran 3 Data <i>Top Brand</i>	121
Lampiran 4 Analisis 7P	122
Lampiran 5 Lembar Kuesioner	126
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	133
Lampiran 7 Hasil Olah Da	178

**PENGARUH CO-CREATION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG
DIMODERASI OLEH CUSTOMER BEHAVIOR DAN EXPERIENCE
QUALITY
(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Wilayah Kabupaten
Bekasi)**

Fajar Diva Fratama ⁽¹⁾
Surya Bintarti ⁽²⁾

Abstrack

Current developments are experiencing very significant changes, including lifestyle changes that influence people's consumption patterns. One of these changes is the emergence of instant noodle products as a substitute for rice. This research aims to test and find out whether co-creation has a parcial influence on customer loyalty among ABC Cup Instant Noodle consumers. Furthermore, this research aims to test and find out whether co-creation has an effect on customer loyalty as a mediator of customer behavior and experience quality in ABC Cup Instant Noodle consumers. The sampling method applied in this research is nonprobability sampling, specifically the purposive sampling method. A total of 112 respondents aged 17-45 years in Bekasi Regency were the research samples. In the process of analyzing data, this research uses the Structural Equation Model (SEM), with the support of the SmartPLS 3.0 program. This tool is used to test the validity and reliability of the instrument, evaluate the goodness of fit of the model, and explore the relationships proposed in the proposed theoretical framework.

Keywords: co-creation, customer behavior, experience quality, dan customer loyalty.

**PENGARUH *CO-CREATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG
DIMODERASI OLEH *CUSTOMER BEHAVIOR* DAN *EXPERIENCE
QUALITY*
(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan ABC Cup di Wilayah Kabupaten
Bekasi)**

Fajar Diva Fratama ⁽¹⁾
Surya Bintarti ⁽²⁾

ABSTRAK

Perkembangan zaman saat ini mengalami perubahan yang sangat signifikan diantaranya pada perubahan gaya hidup yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Salah satu dari perubahan itu adalah munculnya produk mie instan sebagai makanan substitusi nasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta mengetahui apakah *co-creation* memiliki pengaruh secara parsial terhadap *customer loyalty* pada konsumen Mie Instan Cup ABC. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji serta mengetahui apakah *co-creation* berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan mediator *customer behavior* dan *experience quality* pada konsumen Mie Instan Cup ABC. Metode pengambilan sample yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, khususnya metode *purposive sampling*. Sebanyak 112 responden berusia 17-45 tahun di Kabupaten Bekasi menjadi sampel penelitian. Proses menganalisis data, penelitian ini menggunakan Stuctural Equation Model (SEM), dengan dukungan program SmartPLS 3.0. Alat ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument, mengevaluasi goodness of fit model, serta mengeksplorasi hubungan yang diajukan dalam kerangka teoritis yang diusulkan.

Kata kunci: *co-creation*, *customer behavior*, *experience quality*, dan *customer loyalty*.