

**PENGARUH *CURRENCY* DAN *CO-CREATION* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*  
*SATISFACTION***

**(Studi Pada Konsumen Mie Instan Sehat Merek Mie Oven di  
Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



OLEH :  
NURUL NASHIYYAH  
NIM : 112011201

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

**PENGARUH *CURRENCY* DAN *CO-CREATION* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH  
*CUSTOMER SATISFACTION*  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan Sehat Merek Mie Oven di Kabupaten  
Bekasi)**

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

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**NURUL NASHIYYAH**  
**NIM : 112011201**

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

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Nama Mahasiswa : Nurul Nashiyah  
NIM : 112011201  
Judul Skripsi : Pengaruh *Currency* Dan *Co-Creation* Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction (Studi Pada Konsumen Mie Instan Sehat Merek Mie Oven di Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 27 Juli 2024  
Pembimbing,



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

## Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***THE INFLUENCE OF CURRENCY AND CO-CREATION ON CUSTOMER  
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION***

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Nurul Nashiyyah  
112011201

Telah dipublikasikan pada Journal of Economy, Business and Accounting (COSTING), volume 7, nomor 4 Juni Tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

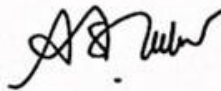
Bekasi, 20 Juli 2024

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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Nashiyah  
NIM : 112011201  
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 saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan hari ditemukan seluruh atau Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink is written over a colorful QR code stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS PELITA BANGSA' and the alphanumeric code 'R0BF4ALX619262977'.

Nurul Nashiyah

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan bersabarllah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”  
(Qs. Ar-Ruum:60)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya  
sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Qs. Al Insyirah:5-6)

“Hidup bukan untuk saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri.”  
-Hindia

“Tak ada yang tau, kapan kau mencapai tuju, dan percayalah bukan urusanmu  
tuk menjawab itu. Bersender pada waktu.”  
-Hindia

“Hidup bukan untuk saling mendahului. Bayangan yang diciptakan oleh  
mentari. Ada karena Matahari bermaksud terpuji. Untukmu  
cintai diri sendiri hari ini.”  
-Hindia

“Sabarrrrrrr”  
-Lomba Sihir

Alhamdulillah hirabbil’alamin, berkat kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini. Oleh karena itu dengan penuh rasa terimakasih karya ini ku persembahkan untuk :

- Kedua orang tua saya Bapak H. Muhammad Nawawi dan Ibu Asiah yang sangat saya sayangi, kedua adik kandung saya yang selalu membantu saya, om saya yang selalu memberikan semangat, dan juga keluarga besar saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
- Dosen pembimbing Ibu Dr. Surya Bintarti. S.E.,M.M yang selalu memberikan semangat dan mengarahkan saya dan Bapak/Ibu dosen yang selalu memberikan ilmu yang berharga kepada saya.
- Teman/Sahabat/Saudari dan juga keluarga bagi saya Inge Nur Oktavia yang selalu membantu, memberikan semangat, masukan dan juga bertukar pikiran pada saya saat menyusun skripsi ini.
- Teruntuk diriku sendiri, terimakasih atas usaha dan kerja kerasnya semoga diri ini selalu dapat diajak bekerja sama untuk tetap bekerja keras.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha segalanya, atas Rahmat dan karunianya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Currency* Dan *Co-Creation* Terhadap *Customer Loyalty* yang Di Mediasi Oleh *Customer Satisfaction*” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan juga dukungan dari berbagai pihak terkait. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan ridho dan selalu memberikan jalan dan kelancaran dalam penyusunan tugas akhir/skripsi.
2. Ibu Dr. Surya Bintarti, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan, semangat serta motivasi kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir/skripsi.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Sc. dan Erina Rulianti, SIP., M.M, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa dan staf yang telah memfasilitasi saya untuk dapat menulis tugas akhir/skripsi mahasiswa.
4. Ibu Dr, Preatmi, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa serta jajarannya yang sudah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun material terhadap saya.
5. Bapak Hamzah Muhammad M., SKM., M.M, selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang sudah membimbing serta membagikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sebagai bekal untuk penyusunan tugas akhir/skripsi.

7. Kedua orang tua saya Bapak H.Muhammad Nawawi dan Mama Asiah yang selalu menjadi penyemangat dan pengingat akan kerasnya dunia. Yang tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta, selalu memberikan semangat dan juga motivasi. Terimakasih karena sudah berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih atas semua doa dan dukungannya sehingga saya bisa berada di titik ini. Semoga kalian sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi agar kalian bisa terus ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
8. Kedua adik kandung saya Najiyah Mutmainah dan Nida Mahabah yang telah memberikan semangat dan selalu menolong saya dalam pengerjaan tugas akhir/skripsi.
9. Seluruh keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan support dan juga doa kepada saya dalam pengerjaan tugas akhir/skripsi.
10. Om saya Fairuz yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya dalam pengerjaan tugas akhir/skripsi.
11. Sahabat saya tercinta Inge Nur Oktavia yang sudah banyak membantu dan memberikan saran yang baik dan semangat dalam penyusunan tugas akhir/skripsi.
12. Teman-teman Orange View yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan dan teman-teman Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir/skripsi.
13. Daniel Baskara Putra atau Hindia, Lomba Sihir dan Feast yang telah menciptakan lagu yang dapat memotivasi dan menghibur saya pada saat menyusun tugas akhir/skripsi.
14. Kepada jodoh saya kelak, kamu menjadi salah satu alasan saya menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini saya tidak mengetahui siapa dan dimana dirimu, karena saya yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.



15. Muhammad Irsad Syafiq, terimakasih telah memberikan saya banyak pelajaran, terimakasih atas patah hati yang diberikan, sehingga saya menjadi termotivasi dan semangat untuk mengerjakan tugas akhir/skripsi.

Bekasi, 10 Januari 2024

Penulis,

Nurul Nashiyyah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI PENGGANTI UJIAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan) .....	16
2.1.2 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	17
2.1.3 Pengertian <i>Currency</i> (Harga).....	18
2.1.4 Pengertian <i>Co-Creatioon</i> (Variasi) .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	21
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian .....	36
2.3.1 Hipotesis.....	36
2.4 Model Penelitian .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	44
3.1.1 Jenis Penelitian .....	44
3.1.2 Desain Penelitian.....	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.2.1 Definisi Operasional .....	46
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	47
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	48
3.3.1 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	48

3.3.2 Teknik Pengumpulan Sampel .....	48
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.5 Metode Analisis Data .....	50
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	50
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Mayora Indah Tbk .....	55
4.1.2 Hasil Analisis Data .....	57
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN PROPOSAL SKRIPSI .....</b>	<b>97</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>201</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Celah Penelitian.....	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model.....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian .....	58
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	62
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	64
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Currency</i> .....	67
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Co-Creation</i> .....	69
Tabel 4. 6 Outer Loading <i>Customer Loyalty</i> (Y) .....	72
Tabel 4. 7 Outer Loading <i>Customer Satisfaction</i> (M).....	74
Tabel 4. 8 Outer Loading <i>Currency</i> (X1).....	75
Tabel 4. 9 Outer Loading <i>Co-Creation</i> (X2).....	77
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i> .....	79
Tabel 4. 11 <i>Average Variant Extracted</i> .....	80
Tabel 4. 12 <i>Construct Reliability dan Validity</i> .....	81
Tabel 4. 13 Uji Evaluasi <i>R-Square</i> .....	83
Tabel 4. 14 Uji Uji <i>Path Coefficient</i> .....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis .....	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji Mediasi .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	42
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Packaging Mie Oven .....	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji SEM-PLS.....	72
Gambar 4. 3 Hasil dari Bootstrapping.....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel Analisis 7P .....	98
Lampiran 2 : Mapping Jurnal.....	102
Lampiran 3 : Lembar Kuesioner .....	141
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner 71 Responden .....	148
Lampiran 5 : Karakteristik Responden .....	195
Lampiran 6 : Nilai R Moment .....	196
Lampiran 7 : Hasil Olah Data.....	197

***The Influence Of Currency And Co-Creation On Customer Loyalty Mediated By  
Customer Satisfaction  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan Sehat Merek Mie Oven di Kabupaten Bekasi)***

Nurul Nashiyah<sup>1</sup>  
Surya Bintarti<sup>2</sup>

***Abstract***

*With the development of lifestyle education on social media, many people are finally aware of the importance of healthy living. But not many people have a lot of time to be able to keep consuming healthy food. One of the healthy instant noodles that can be used as an option is Oven Noodles. The purpose of this study was to examine the effect of Currency and Co-Creation on Customer Loyalty mediated by Customer Satisfaction on oven noodles. This research was conducted with the Bekasi Regency area as the limitation with a sample size of 110 respondents who are consumers of oven noodles. The sampling method used is nonprobability sampling with purposive sampling method. The processing used to test the correlation and regression in this study uses SmartPLS 3.2.9 which is used to test validity and reliability. In this study it can be proven 1) Currency set by oven noodle products cannot encourage the level of Customer Loyalty. 2) Co-Creation offered by oven noodle products cannot encourage the level of Customer Loyalty. 3) Customer Satisfaction felt by oven noodle consumers can encourage the level of Customer Loyalty.*

*Keyword : Currency, Co-Creation, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

**PENGARUH *CURRENCY* DAN *CO-CREATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan Sehat Merek Mie Oven di Kabupaten Bekasi)**

Nurul Nashiyah<sup>1</sup>  
Surya Bintarti<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Saat ini gaya hidup sehat mulai berkembang di sosial media, dengan berkembangnya edukasi mengenai *lifestyle* di sosial media banyak masyarakat yang akhirnya sadar akan pentingnya hidup sehat. Namun tak banyak orang yang memiliki banyak waktu untuk bisa tetap mengkonsumsi makanan sehat. Salah satu mie instan sehat yang dapat dijadikan pilihan adalah Mie Oven. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Currency* dan *Co-Creation* terhadap *Customer Loyalty* yang di mediasi oleh *Customer Satisfaction* pada mie oven. Penelitian ini dilakukan dengan Batasan wilayah Kabupaten Bekasi dengan jumlah sampel sebesar 110 responden yang merupakan konsumen mie oven. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan yang digunakan untuk menguji korelasi dan regresi dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.2.9 yang digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas.

Pada penelitian ini dapat dibuktikan 1) *Currency* yang ditetapkan oleh produk mie oven tidak dapat mendorong tingkat *Customer Loyalty*. 2) *Co-Creation* yang ditawarkan oleh produk mie oven tidak dapat mendorong tingkat *Customer Loyalty*. 3) *Customer Satisfaction* yang dirasakan oleh konsumen mie oven dapat mendorong tingkat *Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *Currency, Co-Creation, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*