

**PENGARUH *CONVERSATION* DAN *CO-CREATION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN MEDIASI
EXPERIENCE QUALITY DAN MODERASI *CURRENCY*
(Studi Pada Pengguna Layanan *Video on Demand* Vidio di
Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



OLEH:
RIANA EZRA SAVITRY IS HANDIANI
NIM: 112010964

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

**PENGARUH CONVERSATION DAN CO-CREATION
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI
EXPERIENCE QUALITY DAN MODERASI CURRENCY
(Studi Pada Pengguna Layanan Video on Demand Vidio di
Kabupaten Bekasi)**

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

SKRIPSI



OLEH:
RIANA EZRA SAVITRY IS HANDIANI
NIM: 112010964

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tanga dibawah ini Dosem Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama : Riana Ezra Savitry Is Handiani
NIM : 112010964
Judul : Pengaruh Conversation Dan Co-creation Terhadap Customer Loyalt Dengan Mediasi Experience Quality Dan Moderasi Currency (Studi Pada Pengguna Layanan Video On Demand Vidio Di Kabupaten Bekasi)

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

Bekasi, 27 Juli 2024
Pembimbing,



Dr. Hj. Surya Bintarti, SE., M.M
NIDN : 0423107203

Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***PENGARUH CONVERSATION DAN CO-CREATION TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI EXPERIENCE QUALITY DAN
MODERASI CURRENCY PADA PENGGUNA LAYANAN VOD DI
KABUPATEN BEKASI***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Riana Ezra Savitry Is Handiani
112010964

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

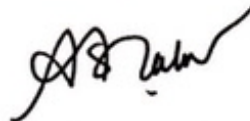
Bekasi, 20 Juli 2024

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:

Nana : Riana Ezra Savitry Is Handiani
NIM : 112010964
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 seluruh atau sebagian 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 sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan



Riana Ezra Savitry Is Handiani

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nana : Riana Ezra Savitry Is Handiani
NIM : 112010964
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 seluruh atau sebagian 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 sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024
Tanda Tangan

Riana Ezra Savitry Is Handiani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Percobaan-percobaan yang kamu alami ialah percobaan-percobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan keluar, sehingga kamu dapat menanggungnya”.

(1 Korintus 10 : 13)

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu”.

(1 Petrus 5 : 7)

“Kalaupun kegagalan bagaikan hujan dan kesuksesan bagaikan matahari, maka kita butuh keduanya untuk bisa melihat pelangi”.

(Yusuf Mansyur)

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa cinta dan kasih kepada :

1. Ayahanda tersayang Eko Supriyatno, Ibunda tercinta Debora Tuminah, kakakku Handian Febyadi Eka Putra dan seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan semangat serta menginginkan yang terbaik untukku.
2. Ibu Dr. Surya Bintarti., S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan telah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa selalu memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang sangat berharga
4. Teman-teman seperjuangan saya yang selalu mensupport.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Conversation* Dan *Co-Creation* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan Mediasi *Experience Quality* Dan Moderasi *Currency* (Studi Pada Pengguna Layanan Video on Demand Vidio di Kabupaten Bekasi)”. Tujuan dari pada penulisan Skripsi adalah untuk mengajukan proses tugas akhir sebagai syarat untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Bangsa.

Sehubung dengan selesainya Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan untuk dapat menyusun proposal skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Surya Bintarti.,S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, dan berikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E.,M.Sc dan Ibu Erina Rulianti SIP.,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.
4. Dr. 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 materi terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi

penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

7. Kedua orang tua saya yang telah membesarkan, mendidik, serta mendoakan saya dengan penuh kesabaran, keteladanan serta pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Tuhan membalas semuanya dengan menempatkan keduanya di Surga bersama orang-orang yang beriman. Amin.
8. Terima kasih kepada teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang mau untuk berdiskusi bersama, saran serta semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan moment bersama pada masa kuliah.
9. Berterimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya diantaranya Anggun Guntari, Dina Wafiq Khairuna, Inge Nur Oktavia, dan Meisya Salsabilla yang bersedia untuk memberikan saran, semangat dan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini.
10. Kepada seseorang yang saat ini bersama dengan saya. Terimakasih karena sudah memberikan rasa cinta dan kasih sayang yang begitu besar kepada penulis, dan senantiasa membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner.
11. Kepada diri sendiri yang telah berhasil berjuang, berusaha, dan bertahan sampai detik ini sehingga berhasil menyusun tugas akhir/skripsi sampai selesai.

Penulis menyadari tugas akhir/skripsi ini jauh dari kata sempurna, sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran sebagai bahan evaluasi dalam melakukan penyusunan penulisan tugas akhir/skripsi selanjutnya. Skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juli 2024
Penulis,

Riana Ezra Savitry Is Handiani

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 15 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 17 |
| 2.1.1 Pengertian Customer Loyalty | 17 |
| 2.1.2 Pengertian Experience Quality..... | 18 |
| 2.1.3 Pengertian Conversation | 19 |
| 2.1.4 Pengertian Co-Creation | 20 |
| 2.1.5 Pengertian Currency | 22 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan | 23 |
| 2.3 Hipotesis dan Model Penelitian..... | 29 |
| 2.3.1 Pengembangan Hipotesis | 29 |
| 2.3.2 Model Penelitian..... | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 40 |
| 3.1 Jenis dan Data Penelitian..... | 40 |
| 3.1.1 Jenis Penelitian..... | 40 |
| 3.1.2 Desain dan Penelitian..... | 41 |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 43 |
| 3.2.1 Definisi Operasional | 43 |
| 3.2.2 Pengukuran Variabel..... | 45 |
| 3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel..... | 46 |
| 3.4 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3.4.1 Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data | 47 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 48 |
| 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif | 48 |
| 3.5.2 Analisis Statistik Inferensial..... | 48 |

| | |
|--|------------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 56 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 56 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Jasa <i>Video on Demand</i> Vidio | 56 |
| 4.1.2 Hasil Analisis Data | 60 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 89 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 100 |
| 5.1 Kesimpulan | 100 |
| 5.2 Saran | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 102 |
| LAMPIRAN SKRIPSI..... | 106 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1. 1 Celah Penelitian..... | 7 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 43 |
| Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model..... | 51 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian | 60 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Customer Loyalty | 63 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Experience Quality | 65 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Conversation..... | 67 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Co-creation | 68 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Currency | 70 |
| Tabel 4. 7 Outer Loading Customer Loyalty | 72 |
| Tabel 4. 8 Outer Loading Experience Quality | 74 |
| Tabel 4. 9 Outer Loading Conversation | 75 |
| Tabel 4. 10 Outer Loading Co-Creation..... | 76 |
| Tabel 4. 11 Outer Loading Currency | 78 |
| Tabel 4. 12 Cross Loading | 79 |
| Tabel 4. 13 Average Variant Extracted | 80 |
| Tabel 4. 14 Construct Reliability dan Validity | 81 |
| Tabel 4. 15 Uji Evaluasi Inner Model | 82 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Path Coefficient | 83 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Path Coeffience..... | 86 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Mediasi | 88 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Moderasi | 88 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2. 1 Model Penelitian | 38 |
| Gambar 3. 1 Desain Penelitian..... | 41 |
| Gambar 4. 1 Aplikasi Vidio di App Store dan Play Store | 57 |
| Gambar 4.2 Tampilan Utama, Tampilan Live Steaming, Tampilan Konten Trending, Tampilan Kuis Vidio | 58 |
| Gambar 4. 3 Tampilan Website Vidio (www.Vidio.com)..... | 58 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji SEM-PLS..... | 72 |
| Gambar 4. 5 Hasil Uji Bootstrapping..... | 85 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 : Databooks Aplikasi VoD | 107 |
| Lampiran 2 : Tabel Daftar Harga Layanan VoD | 107 |
| Lampiran 3 : Tabel Analisi 7P | 108 |
| Lampiran 4 : Mapping Jurnal | 113 |
| Lampiran 5 : Lembar Kuesioner | 129 |
| Lampiran 6 : Hasil Kuesioner 114 Responden..... | 135 |
| Lampiran 7 : Karakteristik Responden | 193 |
| Lampiran 8 : Nilai R Moment..... | 194 |
| Lampiran 9 : Hasil Olah Data | 195 |
| Lampiran 10 : Hasil Bootstapping | 198 |

**INFLUENCE CONVERSATION AND CO-CREATION TO CUSTOMER
LOYALTY BY MEDIATION EXPERIENCE QUALITY AND
MODERATION CURRENCY**

(Study of Service Users Video on Demand Vidio in Bekasi Regency)

Riana Ezra Savitry Is Handiani¹
Surya Bintarti²

Abstract

Since the Covid-19 pandemic arrived in Indonesia, all people have become accustomed to carrying out their activities from inside the house, one of which is watching films. Vidio is an online streaming service platform that provides various online videos such as films, sports broadcasts, original series and many more. The aim of this research is to test the effect customer loyalty to conversation, co-creation, currency and experience quality on the Vidio VoD application service. This research was conducted within the boundaries of the Bekasi Regency community area with a total of 114 respondents, namely users who have used Vidio. The sampling technique used is Nonprobability sampling namely by method purposive sampling. This research tests correlation and regression with the help of software SmartPLS 3.0 is used to test validity and reliability. This research shows that: 1) Activities Conversation carried out by the service Video on Demand Vidio is able to push the level Experience Quality consumer; 2) Co-Creation which is set by the service Video on Demand Vidio is able to push the level Experience Quality consumer; 3) Activities Conversation What is done is able to moderate Currency on service Video on Demand Vidio against the level Experience Quality consumer; 4) Co-Creation determined can moderate Currency on Vidio's Video on Demand service Experience Quality consumer; 5) Experience Quality what consumers feel about the service Video on Demand Vidio is able to push the level Customer Loyalty; 6) Activities Conversation that can be done to mediate Experience Quality on service Video on Demand Vidio against Customer Loyalty; 7) Co-Creation determined to be unable to mediate Experience Quality on service Video on Demand Vidio against the level Customer Loyalty.

Keywords : *Conversation, Co-Creation, Currency, Experience Quality, Customer Loyalty*

- 1) Riana Ezra Savitry Is Handiani
- 2) Surya Bintarti

**PENGARUH *CONVERSATION* DAN *CO-CREATION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI *EXPERIENCE
QUALITY* DAN MODERASI *CURRENCY*
(Studi Pada Pengguna Layanan *Video on Demand* Vidio di
Kabupaten Bekasi)**

Riana Ezra Savitry Is Handiani ¹
Surya Bintarti ²

ABSTRAK

Sejak pandemi covid-19 hadir di Indonesia, semua masyarakat terbiasa untuk melakukan aktivitasnya dari dalam rumah, salah satunya menonton film. Vidio merupakan platform layanan streaming online yang menyediakan berbagai video online seperti film, siaran olahraga, original series dan masih banyak lagi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *customer loyalty* terhadap *conversation*, *co-creation*, *currency* dan *experience quality* pada layanan VoD aplikasi Vidio. Penelitian ini dilakukan dengan batasan wilayah masyarakat Kabupaten Bekasi dengan jumlah responden sebanyak 114 orang yakni para pengguna yang pernah menggunakan Vidio. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menguji korelasi dan regresi dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0 yang digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kegiatan *Conversation* yang dilakukan oleh layanan *Video on Demand* Vidio mampu mendorong tingkat *Experience Quality* konsumen; 2) *Co-Creation* yang ditetapkan oleh layanan *Video on Demand* Vidio mampu mendorong tingkat *Experience Quality* konsumen; 3) Kegiatan *Conversation* yang dilakukan mampu memoderasi *Currency* pada layanan *Video on Demand* Vidio terhadap tingkat *Experience Quality* konsumen; 4) *Co-Creation* yang ditetapkan dapat memoderasi *Currency* pada layanan *Video on Demand* Vidio terhadap *Experience Quality* konsumen; 5) *Experience Quality* yang dirasakan konsumen oleh layanan *Video on Demand* Vidio mampu mendorong tingkat *Customer Loyalty*; 6) Kegiatan *Conversation* yang dilakukan mampu memediasi *Experience Quality* pada layanan *Video on Demand* Vidio terhadap *Customer Loyalty*; 7) *Co-Creation* yang ditetapkan tidak mampu memediasi *Experience Quality* pada layanan *Video on Demand* Vidio terhadap tingkat *Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *Conversation*, *Co-Creation*, *Currency*, *Experience Quality*, *Customer Loyalty*