

***CUSTOMER EXPERIENCE PENUMPANG SUITES CLASS SINAR JAYA  
SLEEPER BUS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION***  
**(Survey Terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Suites Class  
Bandung-Palembang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia



oleh  
Dedik Ariya Sujana  
1907639

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2023**

***CUSTOMER EXPERIENCE PENUMPANG SUITES CLASS SINAR JAYA  
SLEEPER BUS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION***  
**(Survey Terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Suites Class  
Bandung-Palembang)**

oleh  
Dedik Ariya Sujana

Skripsi yang Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Program Studi Manajemen  
Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pendidikan Indonesia

© Dedik Ariya Sujana  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak, di  
*photocopy*, atau dengan cara lainnya tanpa izin penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**


***CUSTOMER EXPERIENCE PENUMPANG SUITES CLASS SINAR JAYA SLEEPER  
BUS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION***

**(Survey Terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Suites Class  
Bandung-Palembang)**

**Dedik Ariya Sujana  
1907639**

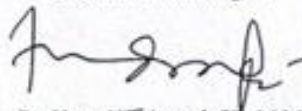
Disetujui dan disahkan oleh:

**Dosen Pembimbingan I**



**Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak., MBA  
NIP. 197403072002122005**

**Dosen Pembimbing II**



**Dr. Heny Hendrayati, SE, M.M  
NIP. 197610112005012002**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Maya Sari, S.E., M.M.  
NIP. 197107052002012001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**BANDUNG**

**2023**

### LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Customer Experience Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus Terhadap Customer Satisfaction (Survery Terhadap Penumpang Sinar Jaya Sleeper Bus Bandung-Palembang)*" seluruhnya merupakan karya saya sendiri, begitu juga semua yang ada didalamnya. Saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara yang bertentangan dengan etika keilmuan yang berlaku. Dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung risiko atau sanksi apabila ditemukan adanya pelanggaran yang ditemukan.

Bandung, 13 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Dedik Ariya Sujana

NIM. 1907639

## ABSTRAK

**Dedik Ariya Sujana (1907639) “Customer Experience Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus Terhadap Customer Satisfaction (Survery Terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus Bandung-Palembang)” dibawah bimbingan Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak., MBA dan Dr. Heny Hendrayati, S.IP.,MM**

Dari hasil *review redbus*, data penumpaan sinar jaya Bandung, jumlah penumpang angkutan Indonesia. Terdapat adanya permasalahan mengenai *experience* dari Sinar Jaya *sleeper bus*. Melalui *customer experience*, pengalaman yang dirasakan penumpang pada sinar jaya *sleeper bus* dapat dipernaiki dan tingkatkan, sehingga diharapkan sinar jaya *sleeper bus* bisa mendapatkan *experience* penumpang yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai *customer experience* pada penumpang bus sinar jaya *sleeper bus*, mempeoleh gambaran berkaitan dengan *customer satisfaction* pada penumpang sinar jaya *sleeper bus*, serta menguji pengaruhnya antara *customer experience* terhadap *customer satisfaction* pada penumpang sianr jaya *sleeper bus*. Variabel pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *customer experience* (X) dan *customer satisfaction* (Y). sampel dalam penelitian ini adalah penumpang bus sinar jaya *sleeper bus* Bandung-Palembang. Dengan *Purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel, serta pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kueisoner terhadap 395 responden. Hasilnya berada di kategori tinggi. Ditemukan juga hasil bahwa kedua variabel berada pada kategori tinggi. Ditemukan juga pengaruh positif dan signifikan antara *customer experience* terhadap *customer satisfaction*. Diharapkan sinar jaya *sleeper bus* dalapt terus melakukan peningkatakan inovasi yang mampu membuat konsumen merasakan *experience* yang berbeda dan membekas dalam benak mereka sehingga mencegah konsumen untuk berpaling ke perusahaan sejenis lain. Sehingga dapat meningkatkan *customer satisfaction*.

**Kata Kunci:** *customer experience, Customer Satisfaction, Sinar Jaya sleeper bus.*

## ABSTRACT

**Dedik Ariya Sujana (1907639) "Customer Experience of Sinar Jaya Sleeper Bus Bus Passengers on Customer Satisfaction (Survery of Sinar Jaya Sleeper Bus Bus Passengers Bandung-Palembang)"under the guidance of Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak., MBA and Dr. Heny Hendrayati, S.IP.,MM**

*From the redbus review, passenger data for Sinar Jaya Bandung, the number of Indonesian transport passengers. There are problems regarding the experience of the Sinar Jaya sleeper bus. Through customer experience, the experience felt by passengers on the Sinar Jaya sleeper bus can be improved and improved, so it is hoped that the Sinar Jaya sleeper bus can get a strong passenger experience. This study aims to find out the description of customer experience on Sinar Jaya sleeper bus passengers, obtain an overview related to customer satisfaction on Sinar Jaya sleeper bus passengers, and examine the effect between customer experience on customer satisfaction on Sir Jaya sleeper bus passengers. The variables in this study consist of two variables, namely customer experience (X) and customer satisfaction (Y). The sample in this study were passengers on the Sinar Jaya sleeper bus from Bandung-Palembang. With purposive sampling as a sampling technique, as well as data collection by distributing questionnaires to 395 respondents. The results are in the high category. The results also found that both variables were in the high category. Also found a positive and significant influence between customer experience on customer satisfaction. It is hoped that Sinar Jaya Sleeper Bus will continue to make innovations that can make consumers feel a different experience and leave an impression on their minds so as to prevent consumers from switching to other similar companies. So as to increase customer satisfaction.*

**keywords:** *customer experience, Customer Satisfaction, Sinar Jaya sleeper bus*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur pada Allah SWT atas segala karunianya sehingga penulis dapat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Disini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang telah sangat membantu dan membimbing jalannya seminar proposal ini sehingga penulis dapat banyak pembelajaran dan ilmu dari sini. Skripsi dengan judul “***CUSTOMER EXPERIENCE PENUMPANG SUITES CLASS SINAR JAYA SLEEPER BUS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Survey Terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Suites Class Bandung-Palembang)***” ditujukan sebagai syarat untuk nantinya dilakukannya penelitian skripsi manajemen pemasaran di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penyusunan proposal ini juga tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua, Nenek dan adik-adik kandung saya yang selalu memberikan dukungan dan juga doa kepada saya selama Menyusun proposal penelitian ini;
2. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.P.d., M.A. selaku rector Universitas Pendidikan Indonesia;
3. Bapak Prof. Dr. Eeng Ahmad selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis;
4. Ibu Dr. Maya Sari, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia;
5. Bapak Dr. Askolani, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia;
6. Prof. Dr. Vanessa Gaffar, S.E., Ak., MBA. Selaku dosen pembimbing I saya pada Manajemen Pemasaran dan telah memberikan ilmu dan juga bimbingan kepada saya;
7. Dr. Heny Hendrayati, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Periode 2019-2023 dan dosen pembimbing II saya pada Manajemen Pemasaran dan telah memberikan ilmu dan juga bimbingan kepada saya

Dedik Ariya Sujana, 2023

*Customer Experience Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus terhadap Customer Satisfaction (Survey terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus Bandung-Palembang)*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

8. Ibu Netti Siska Nurhayati, S.E, M.M Selaku Ketua TPPA yang telah mempersiapkan segala kebutuhan kegiatan siding sehingga berjalan dengan lancar;
9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingan, ilmu kepada saya;
10. Kepada teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama saya menyusun proposal ini terkhusus kepada Rian Nurhidayah, Najmul Hikam, Reza Nurdiansyah, Addhia Falinska, Demonda, Furi, Dimas Purwa, Haniya Hayati, dan Anggara. Terima kasih atas bantuan dan masukan yang telah diberikan.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih belum sempurna, maka dari itu penulis sangat menerima kritik dan saran yang bersifat membangun.

Bandung, 09 Agustus 2023



Penulis



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Balakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	10
2.1.3. Konsep <i>Customer Experience</i> .....	12
2.1.4. Definisi <i>Customer Experience</i> .....	13
2.1.5. Dimensi <i>Customer Experience</i> .....	14
2.1.6. Konsep <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.1.7. Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19

2.4.	Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	Objek Penelitian .....	24
3.2	Jenis Penelitian.....	24
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	24
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	26
3.4.1.	Jenis dan Sumber Data .....	26
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.	Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel .....	28
3.5.1	Populasi .....	28
3.5.2	Sampel.....	28
3.5.1	Teknik Sampling .....	29
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	30
3.6.1	Hasil Pengujian Validitas .....	30
3.6.2	Hasil Pengujian Reabilitas .....	33
3.7	Rancangan Analisis Data .....	35
3.7.1.	Analisis Data Deskriptif.....	35
3.7.2.	Analisis Data Verifikatif .....	36
3.8	Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1	Uji Asumsi Normalitas.....	37
3.8.2	Analisis Korelasi .....	37
3.8.3	Analisis Regresi Sederhana.....	37
3.8.4	Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>40</b>
4.1	Customer Journey dan karakteristik Penumpang Sinar Jaya Sleeper Bus .....	40

4.1.1	Customer Journey .....	40
4.1.2	Program Pemasaran perusahaan.....	41
4.1.2.1	Strategi Segmentasi Pasar ( <i>Segmentation</i> ).....	41
4.1.2.2	Strategi Penentuan Sasaran Pasar ( <i>Targeting</i> ) .....	42
4.1.2.3	Strategi Posisi Pasar ( <i>Positioning</i> ).....	42
4.1.1	Karakteristik Responden .....	43
4.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> .....	47
4.2.1	Gambaran Indikator Cognitive Experience.....	47
4.2.2	Gambaran Indikator Physical Experience .....	49
4.2.3	Gambaran Indikator Sensory Experience.....	50
4.2.4	Gambaran Indikator <i>Emotional Experience</i> .....	52
4.2.5	Gambaran Indikator <i>Social Experience</i> .....	54
4.2.6	Rekapitulasi Gambaran Variabel <i>Customer Experience</i> .....	55
4.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
4.3.1	Gambaran Indikator Customer Expectation.....	57
4.3.2	Gambaran Indikator <i>Repeat Purchase</i> .....	59
4.3.3	Gambaran Indikator Recommend To Other.....	60
4.3.4	Rekapitulasi Gambaran Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	61
4.4	Analisis Verifikatif Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Penumpang Bus Sinar Jaya <i>Sleeper Bus</i> Bandung-Palembang .....	63
4.4.1	Uji Normalitas .....	63
4.4.2	Analisis Korelasi Sederhana .....	65
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	67
4.4.4	Uji Hipotesis .....	69
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	70

4.5.1	Pembahasan Customer Experience .....	70
4.5.2	Pembahasan Customer Satisfaction .....	72
4.5.3	Pembahasan Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction.....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>75</b>
5.1	Kesimpulan .....	75
5.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	23
tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data .....	25
tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Customer Experience Experience.....	30
tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Customer Satisfaction.....	31
tabel 3.5 Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	32
tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas .....	32
tabel 3.7 Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	40
Tabel 4.3 Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Responden.....	41
Tabel 4.4 Lama Menggunakan Sinar Jaya Sleeper bus.....	41
Tabel 4.5 Alasan Utama Memilih Sinar Jaya Sleeper Bus .....	42
Tabel 4.6 Tujuan Menggunakan Sinar Jaya Sleeper Bus.....	43
Tabel 4.7 Gambaran Indikator Cognitive Experience.....	44
Tabel 4.8 Gambaran Indikator Physical Experience.....	45
Tabel 4.9 Gambaran Indikator Sensory Experience .....	47
Tabel 4.10 Gambaran Indikator Emotional Experience.....	49
Tabel 4.11 Gambaran Indikator Social Experience .....	50
Tabel 4.12 Rekapitulasi Gambaran Variabel Customer Experience .....	51
Tabel 4.13 Gambaran Indikator Customer Expectation.....	54
Tabel 4.14 Gambaran Indikator Repeat Purchase.....	55
Tabel 4.15 Gambaran Recommend to Other.....	56
Tabel 4.16 Rekapitulasi Gambaran Variabel Customer Satisfaction.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	60
Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	62
Tabel 4.20 Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer satisfaction.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Regresi .....	63
Tabel 4.22 Nilai Signifikansi Uji T.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Bus AKAP di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 penumpang angkutan umum di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Jumlah bus AKAP dan Pariwisata di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Interior sleeper bus Sinar Jaya .....	4
Gambar 1.5 Keluhan penumpang bus Sinar Jaya Sleeper bus .....	5
Gambar 1.6 penumpang bus Sinar Jaya Sleeper Bus Bandung-Palembang ....	5
Gambar 2.1 Proses perilaku konsumen.....	9
Gambar 2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen .....	10
Gambar 2.3 Peramida Client Experience Pyramid .....	11
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Gambar Logo Sinar Jaya .....	38
Gambar 4.2 Garis Variabel Customer Experience .....	52
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel Customer Satisfaction.....	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	60

## DAFTAR PUSTAKA

Anita, Yuli, Siska, et al. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali: Intelektual manifes Media.

Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Budi Rahayu, Nafiah Ariyani, Levyda Levyda. (2023). *The influence of service quality on customer satisfaction: study in blood transfusion service untis at RSCM*. Jurnal Ayntax Admiration. DOI: <https://doi.org/10.46799/jsa.v3i12.503>

C Jhon, Mowen., dan Minor Michael. (2008). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Dwo Kartini. Efisi Kelima. Jakarta : Erlangga.

Dewi dan Hasibun. (2016). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat*. ECOBISMA (Jurnal Ekonomi Dan Manajemen). DOI: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.695>

Dwi Indah Utami. (2022). *Pengaruh customer experience dan variasi produk terhadap minat beli ulang Bittersweet By Najla cabang depok*. DOI: <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.143>

Jong, Wiranto, Nelson. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sentra Oli, Pare Pare, Sulawesi Selatan*. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2076>

Khawaja Fawad Latif, Andrea Perez, Umar Farooq Sahibzada. (2020). *Corporate social responsibility (CSR) and customer loyalty in the hotel industry: A cross-county study*. Emerald Insight. DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102565

Indrasari, H. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. ISBN 978-623-91788-2-6

Keinibgham, Timothy, et al. (2017). *The Interplay of Customer Experience and Commintment*. Journal of Services Marketing. Emerald Insight. DOI: <https://doi.org/10.1108/JSM-09-2016-0337>

Dedik Ariya Sujana, 2023  
*Customer Experience Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus terhadap Customer Satisfaction (Survery terhadap Penumpang Bus Sinar Jaya Sleeper Bus Bandung-Palembang)*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kencana, Nilam, Putri. (2020). *The Effect of Price Service Quality on Customer Satisfaction of PT Huda Express Courier Service at Mcdonald,s Bintaro Restaurant*. Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pedidikan Administrasi Perkantoran. DOI: <https://doi.org/10.26858/ja.v7i1.13580>

Kotler & Amstrong (2009). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen*. *Journal Of Management*. Vol. 11, No.1 2020

Luke Williams, et al. (2020). *The practitioners' path to customer loyalty: memorable experience or frictionless experiences?*. Eslivier. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102215>

Markus Gahler, Jan F. Klein, and Michael Paul, (2023). *Customer experience: Conceptualization, Measurement, and Application in Omnichannel Envoiroments*. Sage Journals. DOI: <https://doi.org/10.1177/10946705221126590>

Pasharibu, Yusepaldo., et al. (2018). *Price , Service Quality and Trust On Online Transportation Towards Customer Satisfaction*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. DOI: <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i2.1965>

Quinones D, Rojas L. (2023). *Understanding the customer experience in human-computer interaction: a systematic literature review*. PeerJ Computer Science 9:e1219 <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.121>

Rahayu, Sri., SE.M.M. dan Afriliani, Nadia. (2021). *Buku Ajar Prilaku Konsumen*. Pelembang: CV Penerbit Anugerah Jaya.

Robinette, Scott dan Brand, Claire. (2007). *Emotion Marketing - The Hallmark Way of Winning Customers For Live*. United States: Mc Grow Hil.

Semuel, Hatane dan Dharmayanti, Diah. (2013). *Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.1, No.1.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (Edition-7)*. PT Indeks.



Schmitt, Brend H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.

Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiobudi, Auditia., Sudyasjayanti, Christina., Danar kusuma,. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar*. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*. DOI: <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>

Sianipar, Selamat O. (2008). “*Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Amazone Sun Plaza Medan*”. *Jurnal*. Medan : FE-USU. DOI:10.36987/ecobi.v3i1.695

Suryadi, Yunia Afiantin, Ludfi Djajanto, (2022). *Assesing the pricing persceptives of motorcycle product attributes on customer behavior*. *International journal of finance & banking studies*. DOI: <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v11i1.1538>

Shen, Chao., dan Yahya Yazkhiruni. (2021). *The Impact of Service Quality and Price On Passengers' Loyalty Towards Low-Cost Airlines: The Southeast Asia Perspective*: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101966>

Sujarweni, Wiratna. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sudirman Zaid, Patwayati. (2021). *Impact of customer experience and customer engagement on satisfaction and loyalty: A case study in Indonesia*. DOI:10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO4.098

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.