

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER
PENYETAN ANDALAN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Risma Dwi Wulandari

Nim : 22415647

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER
PENYETAN ANDALAN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Risma Dwi Wulandari

Nim : 22415647

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Perceived Value*
Dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Usaha Kuliner Penyetan Andalan
Ponorogo
Nama : Risma Dwi Wulandari
NIM : 22415647
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 31 Maret 2004
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

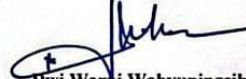
Ponorogo, 20 Juli 2026

Pembimbing I



La Ode Sugianto, S.Pd, M.M
NUPTK. 5962763664130202

Pembimbing II



Dwi Wari Wahyuningsih, MM
NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji:

Ketua



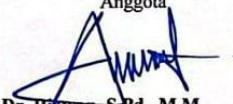
La Ode Sugianto, S.Pd, M.M
NUPTK. 5962763664130202

Sekretaris



Eka Destriyanto, P.A., S.A.B., MM
NUPTK. 55437626632310334

Anggota



Dr. Rrawan, S.Pd., M.M
NUPTK. 537763664131113

RINGKASAN

Skripsi : “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Perceived Value*, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Konsumen pada usaha kuliner Penyetan Andalan Ponorogo”

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *social media marketing*, *perceived value*, dan *customer experience* terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner penyetan andalan Ponorogo. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui metode survei yang melibatkan 140 responden yang merupakan pelanggan Penyetan Andalan Ponorogo. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS 4*. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran media sosial, persepsi nilai, dan pengalaman pelanggan masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Di antara ketiga variabel tersebut, pengalaman pelanggan muncul sebagai faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh efektivitas pemasaran media sosial, tetapi juga oleh persepsi konsumen mengenai nilai yang diterima serta pengalaman positif yang dirasakan selama berinteraksi dengan produk dan layanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner perlu mengintegrasikan strategi pemasaran digital yang menarik, memberikan nilai yang memenuhi harapan konsumen, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang berkualitas tinggi guna meningkatkan kepuasan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kata Kunci: *social media marketing*, *perceived value*, *customer experience*, kepuasan konsumen

MOTTO

“Apabila yang ada di depan membuatmu takut, dan yang di belakang membuatmu luka, lihatlah ke atas, sungguh Allah tak pernah gagal menolongmu”

“Apa yang melewatkanmu tidak akan menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu, tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar ada seribu langkahku untuk maju”



KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya, ridho serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Perceived Value*, dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Penyetan Andalan Ponorogo”. Shalawat serta salam penulis hanturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd,MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak La Ode Sugianto selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, M.M selaku Dosen Pembimbing 2, yang senantiasa bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Teman-teman seperjuangan manajemen khususnya kelas B angkatan 2022 yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan akademik ini, terimakasih atas kebersamaan dan semangat yang kalian berikan.

7. Seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, memberikan doa, dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Ponorogo, 20 Juli 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Risma Dwi Wulandari', with a stylized initial 'R'.

Risma Dwi Wulandari

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang paling berarti dan paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang yang telah saya lalui untuk dapat menyelesaikan skripsi ini demi mendapatkan gelar yang sudah saya impikan dari lama. Rasa syukur dan bahagia yang saya rasakan ini akan saya persembahkan juga kepada orang-orang yang sangat berarti dalam proses perjalanan saya, karena berkat doa dan dukungan dari mereka saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta bapak dan ibu tersayang, dua orang yang sangat berjasa dalam kehidupan saya, dua orang yang selalu mengusahakan anaknya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka berdua sendiri hanya bisa menempuh pendidikan sampai tahap dasar dan tahap pertama. Kepada bapak saya, terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai ke tahap ini, demi anakmu menempuh pendidikan sampai ke tingkat ini, dan terimakasih sudah menjadi seorang bapak yang bertanggung jawab penuh terhadap keluarga. Untuk ibu saya, terima kasih atas segala motivasi, pesan, doa, dan harapan yang selama mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu untuk menjadi seorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah berhenti, oleh waktu, atas kesabaran pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam setiap langkah yang saya tempuh. Terakhir terimakasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung. Besar harapan penulis semoga bapak dan ibu selalu sehat, panjang umur dan bahagia selalu, dan bisa menyaksikan

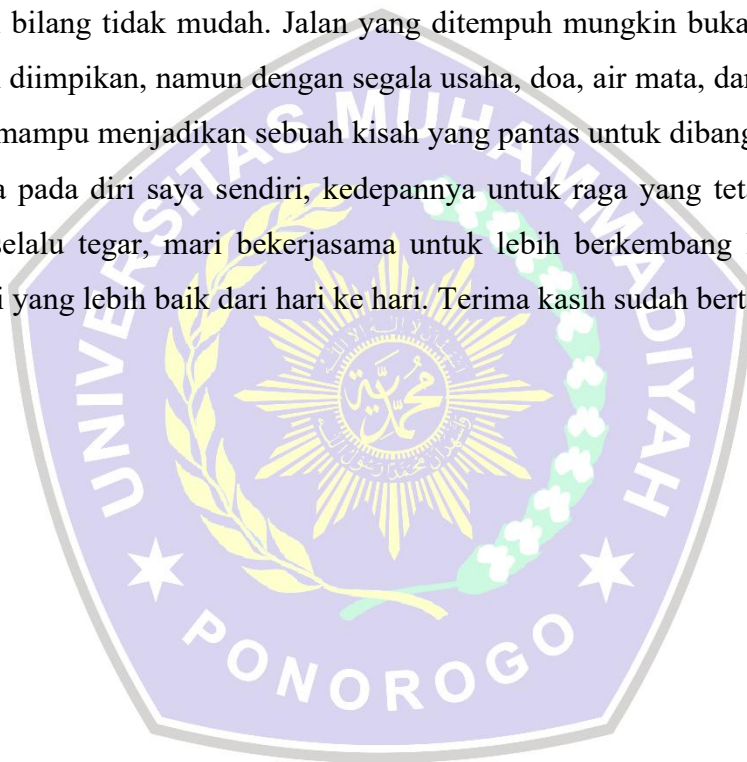
keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang. Aamiin
Ya Robbal Alamiin.

2. Kepada seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perjalanan akademik ini.
3. Kepada sahabatku seperjuangan pada masa kuliah Elicia, Pinky, Adel, perjumpaan kita di bangku perkuliahan merupakan anugerah yang tidak pernah penulis sangka sebelumnya. Kalian bukan sekedar teman seperjalanan, melainkan keluarga yang tumbuh bersama suka dan duka dalam proses akademik. Setiap tawa, diskusi, dan dukungan tulus yang tercipta diantara kita menjadi kekuatan tersendiri dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan. Persahabatan ini menjadi bukti bahwa kebersamaan yang dilandasi keikhlasan mampu melewati berbagai badai. Terima kasih atas setiap kenangan indah, setiap pelajaran hidup, dan setiap momen berharga yang telah kita lalui bersama. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan, kesehatan, dan kesuksesan dalam setiap langkah hidup kalian semua.
4. Kepada sahabat sekaligus penulis anggap sebagai saudara yaitu Fania, Rifky, Cahya, Novi, Kenya. Terima kasih atas segala kebersamaan, nasihat, dukungan, tawa, arahan, serta bantuan dengan tulus tanpa pamrih, baik dalam proses akademik maupun dalam kehidupan pribadi penulis. Di setiap masa sulit, kalian hadir sebagai penguat. Terima kasih atas kepedulian, kesabaran, dan ketulusan yang selalu kalian berikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan, keberkahan dalam setiap langkah hidup kalian.

5. Untuk teman-teman seperjuangan Manajemen kelas B Angkatan 2022.

Terimakasih telah mewarnai masa perkuliahan penulis, senang bisa bertemu dan berkenalan dengan orang-orang hebat seperti kalian.

6. Terakhir untuk diri saya sendiri Risma Dwi Wulandari, terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terimakasih sudah tetap melangkah meski sering ragu, lelah, dan ingin menyerah. Terima kasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa di bilang tidak mudah. Jalan yang ditempuh mungkin bukan jalan yang pernah diimpikan, namun dengan segala usaha, doa, air mata, dan perjuangan kamu mampu menjadikan sebuah kisah yang pantas untuk dibanggakan. Saya bangga pada diri saya sendiri, kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari. Terima kasih sudah bertahan.



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Juli 2026



Risma Dwi Wulandari
22415647

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
a. Tujuan Penelitian.....	9
b. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.3 <i>Pervceived Value</i>	23
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	26
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN	44

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian	44
3.3	Metode Pengambilan Data	47
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5	Metode Analisis Data	50
BAB IV		56
HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.2	Analisis Data	71
4.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	79
4.4	Pengujian Hipotesis.....	81
4.5	Pembahasan.....	83
BAB V.....		88
KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2 Skala Likert	48
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4 Karakteristik Jenis Kelamin	58
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	60
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 9 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 10 Pengelompokkan Total Skor	63
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i>	64
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	66
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Experience</i>	68
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	70
Tabel 15 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	73
Tabel 16 Nilai Outer Loading	74
Tabel 17 <i>Fornell Larcker Criterion</i>	74
Tabel 18 Nilai <i>Cross Loading</i>	76
Tabel 19 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	77
Tabel 20 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	78
Tabel 21 Nilai <i>R Square</i>	80
Tabel 22 Nilai <i>Relevansi Prediksi</i>	81
Tabel 23 Nilai <i>Direct Effect</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 2 Hasil Pengujian Outer Model	72
Gambar 3 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	103
Lampiran 2 Output Frekuensi Karakteristik Responden.....	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden	110
Lampiran 4 Output Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	121
Lampiran 5 Hasil Olah Data <i>Smart PLS</i> 4	122
Lampiran 6 Berita Acara	124
Lampiran 7 Submit Jurnal	125
Lampiran 8 Bukti Plagiasi.....	126

