

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA VÖLKS COFFEE SURABAYA



OLEH:

YOSEPH SEPTIANUS RONALDO LOPEZ

3103015232

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2019

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA VÖLKS COFFEE
SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
YOSEPH SEPTIANUS RONALDO LOPEZ
3103015232

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

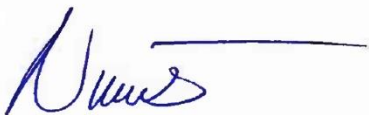
SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA VÖLKS COFFEE SURABAYA

Oleh:
YOSEPH SEPTIANUS RONALDO LOPEZ
3103015232

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
NIK. 311.95.0230
Tanggal: 18-1-2019

Pembimbing II,



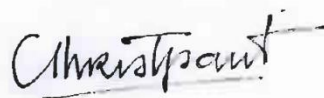
Dra. Ec. Arini, MM.
NIK. 311.03.0550
Tanggal: 18/1/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yoseph Septianus Ronaldo Lopez NRP 3103015232

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPMAP

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak.,CA.,CPAI.

NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L.,SE.,M. Sc

NIK: 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoseph Septianus Ronaldo Lopez

NRP : 3103015232

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Völks Coffee Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2019

Yang menyatakan




Yoseph Septianus Ronaldo Lopez

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Tritunggal Maha Kudus dan Bunda Maria atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Völks Coffee Surabaya” Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA., CPAI. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dra. Ec. Arini, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga Besar Lopez dan Liu, khususnya Papa Hendrikus Manek Lopez, Mama Mariana Liu, Saudari Novendry Chindy Lopez dan Adelina Sonya Lopez, saudara Francisco Febriandy Lopez yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini tepat waktu.

7. Teman-teman TOSCA dan TWISTER yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga Besar JARVIS Campus Ministry Angkatan 2013-2017 dan KESUMA Angkatan 2013-2016 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman satu bimbingan (Donny, Veronica, Vincensiana, Lydia, Fransisca Jose, dan lain-lain) yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman yang selalu mendukung dan memberi bantuan, yaitu: Kos *Amazing*, Daniel, Yulius, Ping, Bagus, Melky.
11. Teman-teman kelas F dan YOLO Team (Anthony, Felix, Fahmi, Sandre, Marcell, Ronaldo, Jovi, Sandre, Indra, Bobby, David, dan Alm. Eron) yang berjuang bersama.
12. Kakak-kakak tingkat Febby, Josephine, Merry, Anthony, yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Teman-teman Rakat WM yang selalu membantu dan menyemangati.
14. Saudari Vivian, Iwan, dan Willyam yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.4 Rerangka Penelitian.....	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, Pengukuran Variabel.....	19
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	22
3.6 Teknik Analisis Data	23
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2 Deskripsi Data	27
4.3 Hasil Analisis Data.....	33
4.4 Pembahasan.....	42
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Keterbatasan	48
5.3 Saran.....	48

DAFTAR KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	13
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit Indices</i>	26
Tabel 4.1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.3. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	28
Tabel 4.4. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4.5. Interval Rata-rata Skor	30
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	30
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	31
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	32
Tabel 4.10. Tabel <i>Univariate Normality</i>	33
Tabel 4.11. Tabel <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> EM	36
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> SQ	37
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS	37
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CL	38
Tabel 4.17. Uji Kecocokan Seluruh Model.....	39
Tabel 4.18. Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	40
Tabel 4.19. Hasil Uji Hipotesis	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4a. Jawaban Responden Tentang Variabel EM
- Lampiran 4b. Jawaban Responden Tentang Variabel SQ
- Lampiran 4c. Jawaban Responden Tentang Variabel CS
- Lampiran 4d. Jawaban Responden Tentang Variabel CL
- Lampiran 5. Output SPSS Persyaratan dan Karakteristik Responden
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output SEM
- Lampiran 8a. *Path Diagram (T-Values)*
- Lampiran 8b. *Path Diagram (Standardized Solution)*
- Lampiran 8c. *Path Diagram (Estimates)*

ABSTRAK

Dewasa ini tren pertumbuhan industri kafe di Indonesia semakin meningkat, salah satunya yaitu di Surabaya. Tingkat persaingan yang sangat tinggi membuat setiap kafe berlomba-lomba memiliki ciri khas atau keunikan agar dikunjungi pelanggan, dengan menawarkan pengalaman, kualitas produk maupun jasa, setiap kafe berusaha membuat pelanggan mencapai tingkat kepuasan tertentu yang akan berdampak pada loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *customer loyalty*, baik secara langsung maupun melalui *customer satisfaction* pada Völks Coffee Surabaya. Objek penelitian adalah pelanggan Völks Coffee Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Völks Coffee di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan *software* LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*; *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*; *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*; *experiential marketing* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diterapkan di Völks Coffee Surabaya adalah mengoptimalkan *experiential marketing* dan *service quality* untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas pelanggan pada Völks Coffee Surabaya.

Kata kunci: *experiential marketing*, *service quality*, *customer satisfaction*, *customer Loyalty*

THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN VÖLKS COFFEE SURABAYA.

ABSTRACT

Now a days the growth trend of the cafe industry in Indonesia is increasing, one of which is in Surabaya. The very high level of competition makes each cafe vying to have the characteristics or uniqueness to be visited by customers, by offering experience, quality products and services, each cafe tries to make customers reach a certain level of satisfaction that will have an impact on loyalty.

This study aims to analyze the effect of experiential marketing and service quality on customer loyalty, both directly and through customer satisfaction at Völks Coffee Surabaya. The object of the research is the customers of Völks Coffee Surabaya. The research sample used in this study was 150 samples with purposive sampling technique. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to customers of Völks Coffee in Surabaya. The data analysis technique used is using SEM with LISREL software.

The results of the study prove that experiential marketing has a positive and significant effect on Customer satisfaction; service quality has a positive and significant effect on Customer satisfaction; satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty; experiential marketing and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Based on the research carried out, the advice that can be applied at Völks Coffee Surabaya is to optimize experiential marketing and service quality to increase customer satisfaction and customer loyalty at Völks Coffee Surabaya.

Keywords: experiential marketing, service quality, customer satisfaction, customer Loyalty