

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) DI SURABAYA



OLEH:

KEVIN BILLY SUSANTO
3103014158

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) DI SURABAYA

SKRIPSI

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

OLEH:

KEVIN BILLY SUSANTO
3103014158

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

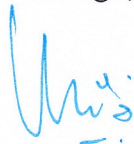
PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, PRODUCT QUALITY*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION, DAN CUSTOMER
LOYALTYPADA RESTORAN IKAN BAKAR
CIANJUR (IBC) DI SURABAYA

Oleh:

KEVIN BILLY SUSANTO
3103014158

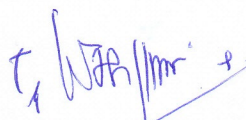
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Maria Mia Kristanti, SE.,MM
NIK. 311.98.0359
Tanggal: Januari 2019

Pembimbing II,



Dominicus Wahyu Pradana S.,M.M
NIK. 311.15.0876
Tanggal: Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Kevin Billy Susanto 3103014158
telah diuji pada tanggal 28 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Lydia Ari Widyarini, SE., MM.
NIK. 331.92.0183

Mengetahui,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo L., SE., M.Sc.
NIK 311.110678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Billy Susanto

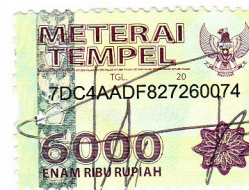
NRP : 3103014158

Judul Skripsi: Pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty* pada Restoran Ikan Bakar Ikan Cianjur (IBC) di Surabaya.

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti bahwa 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, 17 Januari 2019
Yang menyatakan



Kevin Billy Susanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, atas berkat serta rahmatnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty* pada Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya” sebagai salah satu upaya untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terlibat maka skripsi ini tidak akan terlaksana. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang turut memberikan semangat dan doa kepada penulis.
2. Marlina Junaedi, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen Penasihat Akademik yang tangguh dan memberikan dukungan bagi penulis.
3. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc, Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. dan Dr. Wahyudi Wibowo, selaku Struktural Jurusan Manajemen yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir.
4. Maria Mia Kristanti, SE., MM dan Dominicus Wahyu Pradanan, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktu, tenaga serta selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
7. Tim AsDos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

8. Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2014.
9. Teman-teman SMA Mutiara Bunda Sidoarjo terutama Kelas IPS Angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat pada penulis.
10. Kepada Ayah, Ibu dan adik-adik ku yang banyak memberikan dukungan dalam kuliah dan penulisan skripsi.
11. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 17 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Hubungan antar Variabel.....	31
2.4 Model Penelitian.....	35
2.5 Hipotesis.....	35

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Identifikasi Variabel.....	36
3.3	Definisi Operasional.....	36
3.4	Pengukuran Variabel.....	40
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	41
3.8	Analisis Data.....	42

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2	Deskripsi Data.....	48
4.3	Hasil Analisis Data.....	50
4.4	Uji Asumsi.....	56
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	65
4.6	Pembahasan.....	66

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	73
5.2	Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.2. Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang.....	30
Tabel 3.1. Goodness-of-Fit Indices.....	44
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen.....	48
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	49
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	49
Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Skor.....	50
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	51
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	52
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	53
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	55
Tabel 4.11. Hasil <i>Univariate Normality</i>	56
Tabel 4.12. Hasil <i>Multivariate Normality</i>	57
Tabel 4.13. Uji Validitas.....	58
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability EM</i>	59
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability PQ</i>	60
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability SQ</i>	60
Tabel 4.17. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CS</i>	61
Tabel 4.18. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CL</i>	61
Tabel 4.19. Uji Kecocokan keseluruhan Model.....	62
Tabel 4.20. Hasil <i>Direct effect</i>	64
Tabel 4.21. Hasil Uji kecocokan Hipotesis.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Tabel Frekuensi
- Lampiran 5a Jawaban Responden tentang Variabel EM
- Lampiran 5b Jawaban Responden tentang Variabel PQ,SQ,CS,SL
- Lampiran 6 *Output* Uji Normalitas
- Lampiran 7 *Output* SEM
- Lampiran 8a *Path diagram (T-value)*
- Lampiran 8b *Path diagram (Standarlized Solution)*
- Lampiran 8c *Path diagram (Estimates)*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh *experiential marketing*, *product quality*, *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan, *customer loyalty* pada restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel acak yaitu *non-probability purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya yang sudah berumur diatas 17 tahun dan yang pernah mengunjungi restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *experiential marketing*, *product quality*, dan *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* secara langsung pada Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan saran kepada pihak manajemen Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) di Surabaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan mampu menawarkan pengalaman emosi terhadap konsumen, maka kepuasan pelanggan akan tercapai dan pelanggan tersebut akan menjadi loyal. Tingkat kepuasan yang tinggi dari pelanggan akan menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC).

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty.*

ABSTRACT

This study examines the influence of *experiential marketing, product quality, service quality on customer satisfaction and customer loyalty* at the Ikan Bakar Cianjur (IBC) restaurant in Surabaya. This research is a causal study using the survey method. The sampling technique using a random sample is non-probability purposive sampling. Samples taken were 150 respondents. The sample in this study was customers of the Ikan Bakar Cianjur (IBC) restaurant in Surabaya who were over 17 years old and who had visited the Ikan Bakar Cianjur (IBC) restaurant in Surabaya. The data analysis technique used is SEM with the LISREL program.

The results of this analysis indicate that experiential marketing, product quality, and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer loyalty directly at the Ikan Bakar Cianjur (IBC) Restaurants in Surabaya.

Based on the research that has been done, the researchers gave advice to the management of the Ikan Bakar Cianjur (IBC) Restaurant in Surabaya to improve *service quality, product quality* and be able to offer emotional experiences to consumers, so *customer satisfaction will be achieved* and these customers will be *loyal*. A high level of *satisfaction* from customers will result in *customer loyalty* towards the Ikan Bakar Cianjur (IBC) Restaurant.

Keywords : *Experiential Marketing, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty.*