

Konsentrasi/Bidang/Minat:

Manajemen Pemasaran

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY* DI *FUN*
WORLD SURABAYA



Oleh:

ATHANASIUS GALUH RENDRA DARMAWAN
3103014320

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY DI *FUN WORLD* SURABAYA**

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

OLEH:
ATHANASIUS GALUH RENDRA DARMAWAN
3103014320

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* DI *FUN WORLD* SURABAYA

Oleh:

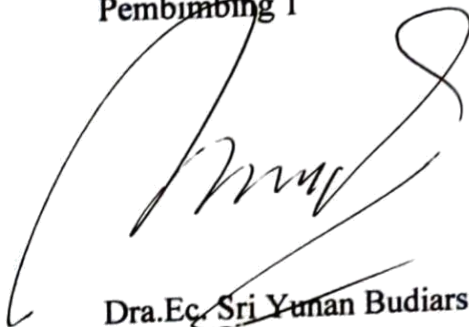
ATHANASIOUS GALUH RENDRA DARMAWAN

3103014320

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diujikan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dra.Ec. Sri Yulan Budiarsi, MS.

NIK. 311.83.0099

Tanggal : 16 / 7 / 2019

Pembimbing 2



Dra.Ec. M.G. Temengkol, MM.

NIK. 311.16.0905

Tanggal : 17 / 7 / 2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athanasius Galuh Rendra Darmawan

NRP : 3103014320

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Fun World Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 16 Juli 2019

Yang menyatakan,



(Athanasius Galuh Rendra Darmawan)

PALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Athanasius Galuh Rendra Darmawan
NRP 3103014320**

Telah diuji pada tanggal 18 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



19/7/2019

Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM.

NIK. 311.16.0905

Mengetahui

Dekan



Dra. L. L. Lasdi, MM., Ak., CA
NIK. 311.11.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE., M.SC.
NIK: 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di *Fun World Surabaya*” yang dapat selesai dengan tepat waktu. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu. Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berguna, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu. Dra.Ec. M.G. Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing 2 yang juga dengan sabar telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Mama. Terima kasih untuk bapak dan mama yang selama ini tidak pernah berhenti untuk mendukung dan mendoakan serta menyemangati saya. Dua orang idola dan pahlawan yang selalu mengusahakan yang terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih untuk selalu ada dan mengerti dengan mengingatkan saya untuk selalu semangat, selalu berdoa dan mengucapkan

syukur bagaimanapun kondisi saya, memberi motivasi serta dukungan yang sangat besar, dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Cikal, sahabat merangkap saudara. Terima kasih atas dukungan, semangat, teguran, hinaan, guyonan *absurd*, lagu-lagu, impian-impian dan juga bantuan yang sampai saat ini belum dapat saya balas. Terima kasih untuk selalu ada dan siap sedia sampai saat ini kawan.
7. Sahabat-sahabat saya dalam grup 27 Rangers yang senantiasa mewarnai hidup perkuliahan saya dengan canda-tawa, suka-duka, serta dukungan yang tiada henti untuk saya hingga saat ini.

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, Juli 2019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
a. Manfaat Akademis	8
b. Manfaat Praktis	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2. <i>Service Quality</i>	11
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.1.4. <i>Customer Loyalty</i>	15
2.2. Pengaruh antar variabel.....	17
2.3. Penelitian Terdahulu	20
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	21

2.5. Model Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Identifikasi Variabel.....	23
3.3. Definisi Operasional.....	23
3.4. Pengukuran Variabel	26
3.5. Jenis dan Sumber Data	26
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.8. Teknik Analisis Data.....	28
3.8.1. Uji Normalitas.....	28
3.8.2. Uji Validitas.....	29
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	29
3.8.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	30
3.8.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	30
3.8.6. Uji Hipotesis.....	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	34
4.3. Uji <i>Structural Equational Modelling</i> (SEM)	40
4.4. Pembahasan	52
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	57
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Keterbatasan	57
5.3. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Jumlah Gerai <i>Fun World</i> dengan Pesaing.....	2
Tabel 2.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	19
Tabel 4.1. Berkunjung.....	31
Tabel 4.2. Usia.....	32
Tabel 4.3. Jenis Kelamin	33
Tabel 4.4. Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5. Interval Penilaian.	34
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	34
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	36
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	39
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	41
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.13. <i>Construct Reliability Experiential Marketing</i>	44
Tabel 4.14. <i>Construct Reliability Service Quality</i>	44
Tabel 4.15. <i>Construct Reliability Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 4.16. <i>Construct Reliability Customer Loyalty</i>	46
Tabel 4.17. Hasil Rangkuman Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.18. Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	49
Tabel 4.19. Pengujian Hipotesis.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	21
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Gambaran Umum Objek Penelitian
- Lampiran 3a. Jawaban Kuesioner *Experiential Marketing*
- Lampiran 3b. Jawaban Kuesioner *Service Quality*
- Lampiran 3c. Jawaban Kuesioner *Customer Satisfaction*
- Lampiran 3d. Jawaban Responden *Customer Loyalty*
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. *Output* SEM
- Lampiran 6a. Tabel *Estimates*
- Lampiran 6b. Tabel *Standardize Solution*
- Lampiran 6c. Tabel *T-Value*

ABSTRAK

Pada era modern ini, beberapa perusahaan mengadopsi *Experiential Marketing*, karena saat ini pelanggan lebih memilih jasa yang dapat memberikan pengalaman yang mengesankan, terutama pada jasa hiburan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mempengaruhi sisi emosional pelanggan untuk memberikan kepuasan dan kesetiaan terhadap suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di *Fun World* Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden Pengunjung *Fun World* di Tunjungan Plaza Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan menggunakan program Lisrel 8.80

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Experiential Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

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

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE
QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER
LOYALTY IN FUN WORLD SURABAYA***

ABSTRACT

In this modern era, some companies are adopt Experiential Marketing because customers has prefer services that can provide an impressive experience, especially in entertainment services. So the companies should be able to influence the emotional side of customers to provide satisfaction and loyalty of customers to a companies.

This research aims to determine the influence of Experiential Marketing and Service Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Fun World Tunjungan Plaza Surabaya. This research uses causal research. Sampling technique using non probability sampling by purposive sampling. The sample used is 150 respondents Fun World customers in Surabaya.

Data analysis technique is used Structural Equation Model by using LISREL program. The results of this study indicate that Experiential Marketing significantly influence on Customer Satisfaction, Service Quality significantly influence on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction significantly influence on Customer Loyalty, and Experiential Marketing has significantly affect on Customer Loyalty, Service Quality has significantly effect on Customer Loyalty.

Keywords: Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.