

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
PELANGGAN GYU-KAKU JAPANESE BBQ
RESTAURANT DI SURABAYA



OLEH:
TIARA WULAN FITRI
3103016234

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
GYU-KAKU JAPANESE BBQ RESTAURANT
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

TIARA WULAN FITRI

3103016234

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

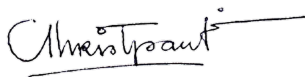
SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* , *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN GYU-KAKU JAPANESE BBQ RESTAURANT DI SURABAYA

Oleh:
TIARA WULAN FITRI
3103016234

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, M.M., CPM (AP)
NIDN: 0722076501
Tanggal: 12 Juni 2020

Pembimbing II,



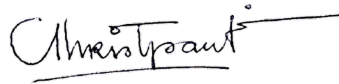
Erick Teofilus G., S.M., MIB.
NIDN: 0711029501
Tanggal: 19 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : TIARA WULAN FITRI NRP 3103016234

Telah di uji pada tanggal03 Juli 2020..... dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji :



(Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP).)

NIDN. 0722076501.....

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.

NIDN. 0713097203

NIDN. 0703087902

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

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

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Tiara Wulan Fitri

NRP : 3103016248

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ Restaurant di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah **ASLI** karya tulisan 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, 19 Juni 2020

Yang menyatakan



Tiara Wulan Fitri)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama pengerjaan tugas akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ Restaurant di 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 karenanya, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. 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 Dr. Christina Esti Susanti, M.M., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Erick Teofilus Gunawan, SM., MIB., 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 saya yang selalu berdoa yang terbaik untuk saya, mendukung, dan memberikan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan

studi ini dengan baik.

7. Teman-teman saya (Satrio, Winnie, Ulfa, Putri, Inggried) yang telah memberikan semangat serta dukungan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman satu bimbingan (Fernando, Patrick, Ricky, dan Kak Mikael) yang telah memberi semangat, dukungan dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikiran mereka untuk mengisi kuisioner dalam penelitian ini.

Semoga Tuhan yang maha kuasa senantiasa melimpahkan rahmatNya kepada kita semua dan juga Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritikan yang membangun senantiasa di harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti serta pembaca guna menambah pengetahuan.

Surabaya, Juni 2020

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
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2 <i>Product Quality</i>	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.1.4 <i>Customer loyalty</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.1.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.1.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	21
2.3.1.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.1.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.4 Rerangka Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	25
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	25
3.2.2 Definisi Operasional.....	25
1. <i>Experiential Marketing</i>	25
2. <i>Product Quality</i>	27
3. <i>Customer Satisfaction</i>	27

4. <i>Customer Loyalty</i>	28
3.2.3 Pengukuran Variabel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Penyampelan	29
3.6 Analisis Data	30
3.6.1 Uji Normalitas	30
3.6.2 Uji Validitas	31
3.6.3 Uji Reliabilitas	31
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	31
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural	32
3.6.6 Uji Hipotesis	32
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Objek Penelitian	33
4.2 Statistik Deskripsi Variabel.....	34
4.2.1 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	35
4.2.2 Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	37
4.2.3 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	38
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	39
4.3 Hasil Analisis Data.....	40
4.3.1 Uji Normalitas	40
4.3.2 Uji Validitas	41
4.3.3 Uji Reliabilitas	42
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	45
4.3.6 Uji Hipotesis	46
4.4 Pembahasan.....	47
 BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan	53
5.2 Keterbatasan.....	53
5.3 Saran.....	54
5.3.1 Saran Akademis	54
5.3.2 Saran Praktis.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Café, Restoran, dan Rumah Makan	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Saat Ini	19
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model	32
Tabel 4.1 Domisili Responden	33
Tabel 4.2 Usia Responden	34
Tabel 4.3 Pernah Berkunjung Sekali dalam 3 Bulan Terakhir	34
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Variabel Penelitian	35
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	38
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	39
Tabel 4.9 Uji Normalitas	40
Tabel 4.10 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	41
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas <i>Experiential Marketing</i>	42
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas <i>Product Quality</i>	43
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas <i>Customer Loyalty</i>	44
Tabel 4.16 Pengujian Model Fit	44
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Tempat Makan BBQ di Surabaya	4
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Output Persamaan Structural.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Reliabilitas
- Lampiran 8. *Structural Equation Model*
- Lampiran 9. *Path Diagram*

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA PELANGGAN GYU-KAKU JAPANESE BBQ
RESTAURANT DI SURABAYA**

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini, banyak masyarakat Indonesia yang telah mengenal budaya global salah satunya merupakan budaya Jepang. Jepang memiliki kuliner khas makanan BBQ yang sangat digemari oleh masyarakat di Indonesia. Para pebisnis di Indonesia memanfaatkan kuliner khas Jepang untuk dijadikan usaha sehingga, tidak sulit menemukan *restaurant* Japanese BBQ di Surabaya.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menguji apakah *experiential marketing* dan *product quality* mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, objek yang dipilih oleh penulis adalah *restaurant* Japanese BBQ di Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan LISREL.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah *experiential marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, serta *product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* yang berarti bahwa dengan memberikan pengalaman positif dan menyenangkan tentunya memuaskan keinginan pelanggan serta kualitas produk yang baik tentunya juga memuaskan keinginan pelanggan ketika sedang berada di *restaurant* Gyu-Kaku. Namun *experiential marketing* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* yang berarti bahwa pengalaman yang diberikan oleh pihak Gyu-Kaku yang selama ini belum cukup untuk memenuhi loyalitas pelanggan. Hal ini tidak berarti akan menurunkan minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali dimasa yang akan datang karena, masih dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti potongan harga, menawarkan menu baru dan menu yang berbeda dari *restaurant* bbq yang lain.

Kata Kunci: *Expeiential Marketing, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING, PRODUCT QUALITY
ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER LOYALTY IN GYU-
KAKU JAPANESE BBQ RESTAURANT SURABAYA**

ABSTRACT

In the current era of globalization, many Indonesian people are already familiar with global culture, one of which is Japanese culture. Japan has a special culinary BBQ that is very popular with people in Indonesia. BBQ food is food that is processed by grill. Businessmen in Indonesia use Japanese cuisine as a business, it is not difficult to find a Japanese BBQ restaurant in Indonesia, one of which is in Surabaya.

In this study, the testers want to discuss whether marketing experience and product quality will have an influence on customer loyalty through customer satisfaction where the attraction chosen by the examiner is a Japanese BBQ restaurant in Surabaya. The research sample used in this study were 150 samples with a purposive sampling technique. In this study the testers used primary data which data were obtained directly from Japanese BBQ Gyu-Kaku customers through questionnaires distributed at Gyu-Kaku Surabaya. The data analysis technique used is SEM using LISREL.

The results obtained in this study indicate that experience marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and product quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction which means it provides a given experience. positive and pleasing satisfying customer desires as well as good product quality assure customer satisfaction which will increase the level of complex customer satisfaction in Gyu-Kaku restaurants. However, marketing experience has a positive but not significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, which means the experience provided by Gyu-Kaku has not been enough to fulfill customer loyalty. This does not mean that it will reduce customer interest to buy back in the future because, it is still bound by several factors such as price discounts, offering a new menu and different from other BBQ restaurants.

Keywords: *Expeiential Marketing, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*