

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI CAFE EXCELSO SURABAYA TOWN SQUARE



OLEH:

**JOSEPH JULIANTO
3103012216**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2016**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION DI CAFE EXCELSO SURABAYA
*TOWN SQUARE***

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

OLEH:
JOSEPH JULIANTO
3103012216

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

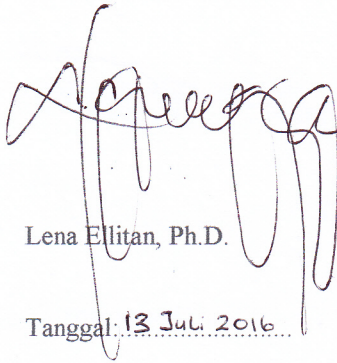
SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI CAFE EXCELSE SURABAYA
*TOWN SQUARE***

OLEH:
JOSEPH JULIANTO
3103012216

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

A large, stylized signature in black ink, written over a horizontal line.

Lena Ellitan, Ph.D.

Tanggal: 13 Juli 2016

Pembimbing II,

A signature in blue ink, consisting of several vertical, wavy lines.

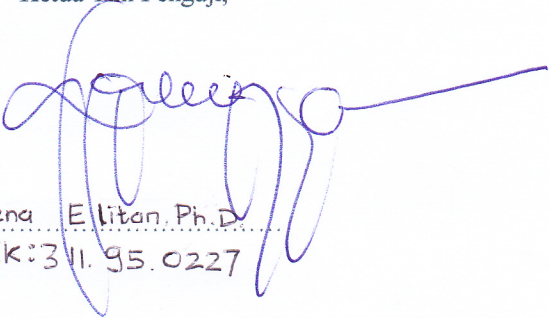
Dra. Ec. Arini, SE.MM.

Tanggal: 13 Juli 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Joseph Julianto NRP 3103012216 telah diuji pada tanggal 21 Juli 2016 Dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,

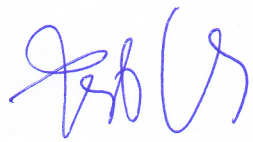

Lena Elitan, Ph.D.
NIK: 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan,


Dr. Lodovikus Lasdi, MM.
NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,


Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si
NIK.311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : JOSEPH JULIANTO

NRP : 3103012216

Judul : **PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI CAFE EXCEL SO SURABAYA TOWN SQUARE**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, 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, 13 Juli 2016
Yang menyatakan,



(JOSEPH JULIANTO)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Di Cafe Excelso Surabaya Town Square”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph.D. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.
4. Ibu Arini, SE. MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.

5. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Orang tua dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Pacar saya Claudia Ganadhi yang selalu memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 13 Juli 2016

Peneliti,

Joseph Julianto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.2.2 <i>Service Quality</i>	14
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2.3 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 <i>Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction</i>	18

2.3.2 <i>Service Quality</i> terhadap <i>Custome</i> <i>Satisfaction</i>	19
2.3.3 <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	19
2.3.4 <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.5 <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.4 Model Penelitian.....	21
2.5 Hipotesis	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.3 Definisi Operasional	24
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.5 Pengukuran Variabel	27
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan sampel	28
3.8 Teknik Pengambilan Data.....	29
3.9 Teknik Analisis Data	29
3.9.1 Uji Normalitas	29
3.9.2 Uji Validitas.....	30
3.9.3 Uji Reliabilitas	30
3.9.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	31
3.9.5 Uji Hipotesis.....	32
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Karakteristik Responden.....	33
4.2 Statistik Deskriptiv Variabel Penelitian.....	35
4.3 Uji Asumsi SEM	39

4.3.1 Uji Normalitas	39
4.3.2 Uji Validitas.....	41
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	42
4.4 Uji Kecocokan Model Struktural.....	43
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	45
4.6 Pengujian Hipotesis	45
4.7 Pembahasan	48
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Akademis.....	52
5.2.1 Saran Praktis.....	53

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pernah membeli di cafe Excelso 1 bulan terakhir	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan domisili	35
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Skor.....	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptiv Variabel <i>Experiential Marketing</i>	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptiv Variabel <i>Service Quality</i>	37
Tabel 4.8 Statistik Deskriptiv Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	38
Tabel 4.9 Statistik Deskriptiv Variabel <i>Customer Loyalty</i>	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.14 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	45
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4 Model Penelitian	22
Gambar 4.6 Model SEM T- <i>values</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Hasil Kuesioner

Lampiran 3: Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4: Hasil Statistik Deskriptif

Lampiran 5: Uji Normalitas

Lampiran 6: Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)

ABSTRAK

Tujuan dalam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di cafe Excelso Surabaya Town Square. Pada penelitian ini yang digunakan adalah penelitian konklusif atau *causal research*. Sampel penelitian menggunakan sebanyak 150 orang konsumen di cafe Excelso Surabaya Town Square. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *structural equation model* sebagai alat analisis data. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* terbukti berpengaruh secara langsung terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh secara langsung terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh secara langsung terhadap *customer loyalty*, *experiential marketing* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, *service quality* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

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

ABSTRACT

The aim of this research is to know and identify how influence experiential marketing and and service quality on customer loyalty through customer satisfaction in the cafe Excelso Surabaya Town Square. In this study used is the conclusive research or causal research. The research sample using 150 customers at the cafe Excelso Surabaya Town Square. The sampling technique used is non-probability sampling, the type of method is used purposive sampling. This research used structural equation model as instrument of data analysis. This hypothesis testing shows that experiential marketing influence toward customer satisfaction, service quality influence toward customer satisfaction, customer satisfaction influence toward customer loyalty, experiential marketing has a positive effect on customer loyalty through customer satisfaction. service quality has a positive effect on customer loyalty through customer satisfaction.

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