

**PENGARUH *LOCATION* DAN *SOCIAL INTERACTION* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
SEBAGAI MEDIASI DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**OLEH:  
DESSY KRISTIANI  
3103013176**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

PENGARUH *LOCATION* DAN *SOCIAL INTERACTION* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
SEBAGAI MEDIASI DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

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

OLEH:  
DESSY KRISTIANI  
3103013176

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dessy Kristiani

NRP : 3103013176

Judul Skripsi : Pengaruh *Location* dan *Social Interaction* Terhadap *Customer Satisfaction* Dengan *Customer Experience* Sebagai Mediasi di Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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 apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 28 Agustus 2017  
Yang menyatakan,



**Dessy Kristiani**  
NRP. 3103013176

**HALAMAN PERSETUJUAN**

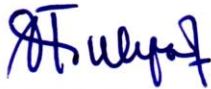
**SKRIPSI**

**PENGARUH *LOCATION* DAN *SOCIAL INTERACTION* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
SEBAGAI MEDIASI DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Oleh:  
**DESSY KRISTIANI**  
3103013176

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

NIK: 311.02.0543

Tanggal: .....1/8/17.....

Dosen Pembimbing II,



Y. B. Budi Iswanto, MA., Ph.D.

NIK: 311.09.0628

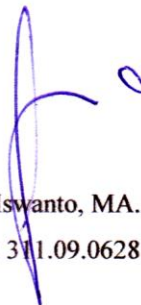
Tanggal: .....31/7/2017.....

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Dessy Kristiani, NRP 3103013176

Telah diuji pada tanggal 22 Agustus 2017 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Y. B. Budi Iswanto, MA., Ph.D.

NIK: 311.09.0628

Mengetahui:

Dekan,



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

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Diyah Tulipa, SE., MM. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Bapak Y. B. Budi Iswanto, MA., Ph.D. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Ibu Dyna Rachmawati SE., M.Si., Ak selaku koordinator tim riset Fakultas Bisnis yang telah memberikan dorongan bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Ritel yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

7. Mama, Papa, Mak, Ce Juliani, Titi Dani, Sinyo Kevin, Ko Daniel yang sudah memberikan doa, dukungan, dan pengertian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Sahabat- sahabat saya, yaitu Dewi Aminati, Elisabeth Prasetya, Ester Sentia, Florensia Agustina, Grece Nusaly yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman saya, yaitu Erlinda, Grece, Florensia, Yunike, Cindy, Puruwati, Monica, Claudia, dan teman lainnya yang bersama- sama mengerjakan skripsi, berdiskusi, dan saling memberikan dukungan.
10. Teman- teman asisten lab riset, Erlinda, Yenny, Yulius, dan Garry, yang memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, semangat, perhatian dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Agustus 2017

Dessy Kristiani

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	11
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	28
2.4. Model Penelitian .....	33
2.5. Hipotesis .....	34
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	35
3.2. Identifikasi Variabel .....	35



3.3. Definisi Operasional Variabel .....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	37
3.5. Skala Pengukuran Variabel .....	38
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.8. Teknik Analisis Data .....	40

## **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Karakteristik Responden .....	44
4.2. Statistik Deskriptif Variabel .....	47
4.3. Analisis Data .....	51
4.3.1. Uji Normalitas .....	51
4.3.2. Uji Validitas .....	52
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	53
4.3.4. Uji Kecocokan Model Struktural .....	55
4.3.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	56
4.3.6. Uji Hipotesis .....	57
4.4. Pembahasan .....	59
4.4.1. Pengaruh <i>Location</i> terhadap <i>Customer Experience</i> .....	63
4.4.2. Pengaruh <i>Location</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	64
4.4.3. Pengaruh <i>Social Interaction</i> terhadap <i>Customer Experience</i> .....	64
4.4.4. Pengaruh <i>Social Interaction</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	65
4.4.5. Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
4.4.6. Pengaruh <i>Location</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i> .....	67
4.4.7. Pengaruh <i>Social Interaction</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i> .....	67

**BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan .....69

5.2. Saran .....70

**DAFTAR KEPUSTAKAAN .....72**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	10
Tabel 3.1 Derajat Kecocokan yang dapat diterima .....	42
Tabel 4.1 Usia Responden .....	44
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4.3 Status Responden .....	45
Tabel 4.4 Pendapatan Responden .....	46
Tabel 4.5 Jumlah Kunjungan Responden .....	46
Tabel 4.6 Keperluan Kunjungan Responden .....	47
Tabel 4.7 Interval Rata-Rata Skor .....	48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Location</i> .....	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Interaction</i> .....	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> .....	50
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
Tabel 4.12 <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> .....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.15 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model .....	57
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor Situasional Penentu Perilaku Konsumen .....	12
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)
- Lampiran 8. Estimates
- Lampiran 9. Standardized Solution
- Lampiran 10. T-Values

PENGARUH *LOCATION* DAN *SOCIAL INTERACTION* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
SEBAGAI MEDIASI DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

**ABSTRAK**

Perkembangan pusat perbelanjaan di Indonesia khususnya di Surabaya yang pertumbuhannya sangat pesat, menuntut para pemilik *mall* untuk mampu memaksimalkan kinerja *mall* mereka agar dapat bersaing di pasar dan tetap mempertahankan usaha mereka. Harapan mereka adalah pelanggan memiliki pengalaman unik saat datang ke *mall* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *location* dan *social interaction* terhadap *customer satisfaction* dengan *customer experience* sebagai mediasi di Tunjungan Plaza Surabaya. Dalam penelitian ini, keempat variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.70. Obyek penelitian ini adalah *mall* Tunjungan Plaza Surabaya. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 112 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima, yaitu *location* berpengaruh positif terhadap *customer experience*, *location* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *social interaction* berpengaruh positif terhadap *customer experience*, *social interaction* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *customer experience* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *location* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience*, dan *social interaction* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience*.

**Kata Kunci:** *Location, Social Interaction, Customer Satisfaction, Customer Experience*

*THE IMPACT OF LOCATION AND SOCIAL INTERACTION ON  
CUSTOMER SATISFACTION WITH CUSTOMER EXPERIENCE AS A  
MEDIATION IN TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA*

**ABSTRACT**

*The development of the shopping center in Indonesia, especially in Surabaya is growing very rapidly, demanding the owners of mall to be able to maximize the performance of their mall to be able to compete in the market and still keep their business. Their hope is that customer have a unique experience when it comes to the mall. The aims of this research are to identify the impact of location and social interaction on customer satisfaction with customer experience as a mediation in Tunjungan Plaza Surabaya. In this research, four variables were analyzed use SEM LISREL 8.70. The object of this research is Tunjungan Plaza Surabaya mall. The total sample used in this study as many 112 respondents. The results showed that all hypotheses were accepted that location has positive effect on customer experience, location has positive effect on customer satisfaction, social interaction has positive effect on customer experience, social interaction has positive effect on customer satisfaction, customer experience has positive effect on customer satisfaction, location has positive effect on customer satisfaction through customer experience, and social interaction has positive effect on customer satisfaction through customer experience.*

**Keywords:** *Location, Social Interaction, Customer Satisfaction, Customer Experience*