

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI ARTOTEL SURABAYA

Skripsi - S1



OLEH :

YOHANA WAHYUNI HALIM

3103015243

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

2019

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN
PRICE PERCEPTION TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DI ARTOTEL SURABAYA**

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

OLEH :
YOHANA WAHYUNI HALIM
3103015243

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

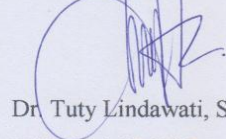
SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN
PRICE PERCEPTION TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DI ARTOTEL SURABAYA**

OLEH :
YOHANA WAHYUNI HALIM
3103015243

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.
NIK : 311.97.0297

Tanggal:

Pembimbing II,



Yuliasti Ika Handayani, SE., MM
NIK : 311.18.0983

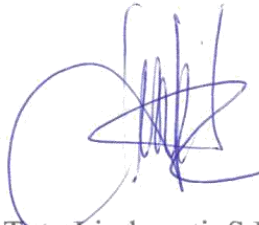
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yohana Wahyuni Halim 3103015243

Telah diuji pada tanggal 02 Juli... dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Tuty Lindawati, S.E.,M.M.

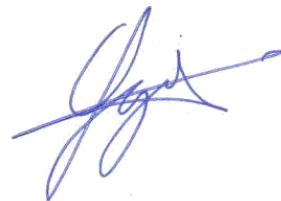
NIK: 311.97.0297

Mengetahui:



NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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

NIK. 311.11.0678

**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 : Yohana Wahyuni Halim

NRP : 3103015243

Judul Skripsi : *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, EXPERIENTIAL
MARKETING DAN PRICE PERCEPTION TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION DI ARTOTEL SURABAYA*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis 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, 25 Juni 2019

METERAI
TEMPEL
AAD01AFF793788050
6000
ENAM RIBURUPIAH

Yang menyatakan,


Yohana Wahyuni Halim

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-service quality*, *Experiential marketing*, dan *price perception* terhadap *Customer Satisfaction* di Artotel Surabaya” dengan tepat waktu.

Selain itu, dalam penyelesaian tugas akhir kuliah ini, telah banyak pihak yang memberi dukungan dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.CA., CPAI. 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. Tuty Lindawati, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas motivasi dan cerita yang ibu berikan agar penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Yulianti Ika Handayani, SE., Mm. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, serta ide dan saran-saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selama ini telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini dan membantu penulis dalam banyak hal.

6. Keluarga besar Halim. Terima kasih untuk ayah dan ibu saya yang telah membesarkan anak-anaknya, memberikan pendidikan dan selalu mengusahakan untuk memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar penulis untuk selalu mengingatkan agar terus berjuang dan bersemangat, memberi motivasi dan nasehat, serta selalu memberikan doa supaya skripsi ini terselesaikan tepat waktu.
7. Tuhan Yesus, Teman-teman seangkatan dan keluarga, yang telah memberikan hikmat, semangat, dukungan, untuk penulis demi kelancaran kuliah dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, Juni 2019

Yohana Wahyuni Halim

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	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 I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.4 Rerangka Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	19
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	24

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.6 Teknik Analisis Data	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Desain Penelitian	28
4.2 Statistik Deskripsi	29
4.3 Hasil Analisis Data	32
4.4 Pembahasan	39
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Keterbatasan	43
5.3 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Tamu Asing pada Hotel Non Bintang	3
Tabel 1.2 Jumlah Tamu Indonesia pada Hotel Non Bintang	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	14
Tabel 3.1 Klasifikasi Tabel, Dimensi, dan indikator.....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan tingkat Pendidikan.....	29
Tabel 4.4 Derajat Penilaian setiap variabel	29
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>E-service quality</i>	30
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>Experiential Marketing</i>	30
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>Price perception</i>	31
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
Tabel 4.9 Hasil pengujian Uji Validitas variabel <i>E-service quality</i>	33
Tabel 4.10 Hasil pengujian Uji Validitas variabel <i>Experiential Marketing</i>	34
Tabel 4.11 Hasil pengujian Uji Validitas variabel <i>Price Perception</i>	35
Tabel 4.12 Hasil pengujian Uji Validitas variabel <i>Price Perception</i>	35
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji Reabilitas	36
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Deskriptif Karakteristik Frequencies
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reabilitas
- Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN
PRICE PERCEPTION TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI
ARTOTEL SURABAYA**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat pada tahun-tahun belakangan ini memberikan dampak dan perubahan pada beberapa bidang bisnis dan memberikan peluang bisnis yang besar bagi banyak orang. Belakangan ini munculnya kata industri 4.0 sering disebutkan. Pada revolusinya industri 4.0 diartikan sebagai perubahan dari industri konvensional dengan bantuan teknologi system komputer dan berbasis internet. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung dengan jaringan internet dari tahun 2017. Pada generasi Y atau dikenal sebagai generasi milenial ini adalah generasi yang paling aktif menjelajah destinasi wisata saat ini. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna yang berumur di atas 17 tahun, berdomisili di Surabaya, dan merupakan pengguna jasa Artotel. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan Teknik *sampling incidental*. Sampel berjumlah 160 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan teknik *Regresi* dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Experiential marketing* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Price perception* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *E-Service quality*, *Experiential marketing*, *price perception*, *Customer Satisfaction*.

**THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, EXPERIENTIAL
MARKETING, AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER
SATISFACTION IN ARTOTEL SURABAYA**

ABSTRACT

Rapid technological developments in recent years have had an impact and changes in several business fields and provide large business opportunities for many people. Lately, the emergence of the word industry 4.0 has often been mentioned. In the revolution, industry 4.0 was interpreted as a change from conventional industry with the help of computer and internet-based technology. More than 50 percent or around 143 million people have been connected to the internet network from 2017. In generation Y, known as the millennial generation, this is the generation that is most active in exploring tourist destinations today. The population of this study is users who are over 17 years old, domiciled in Surabaya, and are Artotel service users. The sampling used in this study is nonprobability sampling and sampling using incidental sampling techniques. The sample is 160 respondents. Data collection is done by distributing questionnaires. The data analysis technique used in the research is Regression analysis techniques with the help of the SPSS application. The test results show that E-service quality has a positive effect on Customer Satisfaction, Experiential marketing has a positive effect on Customer Satisfaction, Price perception has a positive effect on Customer Satisfaction.

Keywords : E-Service quality, Experiential Marketing, Price perception, Customer Satisfaction.