

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY*
PADA ATLAS SPORTS CLUB
DI SURABAYA**



OLEH :
FERNANDO
3103016008

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY*
PADA ATLAS SPORTS CLUB
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

FERNANDO

3103016008

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

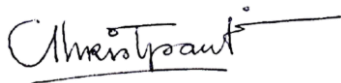
SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA ATLAS SPORTS CLUB
DI SURABAYA**

OLEH :
FERNANDO
3103016008

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti S.E., M.M., CPM (AP)
S.M,MIB. NIDN: 0722076501
Tanggal: 15 juni 2020

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina
NIDN: 0701079401
Tanggal: 16 juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Fernando NRP: 3103016008
Telah diuji pada tanggal 10 juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, S.E., M.Si.
NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan



Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit Haribowo
Lukito
CN=Robertus Sigit
Haribowo Lukito,
OU=Head of Management
Department, O=Widya
Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hop-d-manage@ukwms.
ac.id
I am approving this
document
Surabaya, Jawa Timur,
IDN
2020-07-24 09:36:29

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIDN: 070387902

**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 : Fernando

NRP : 3103016008

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Atlas Sports Club di 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.

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

Surabaya, 17 Juni 2020

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala, kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga tugas akhir ini berhasil diselesaikan tepat waktu. Penulisan Tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Atlas Sports Club di Surabaya.”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., 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. Ibu Yulika Rosita Agrippina S.M,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. Semua Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Semua
7. Terima Kasih kepada orang tua, dan keluarga saya yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Teman-teman yang telah ikut memberikan bantuan dan dukungan selama penulisan skripsi
9. Teman-teman kuliah yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini (Acong, Laksono, dan Ryan).
10. Asisten Lab Riset Bisnis (Johan Santosa Agung) yang telah memberikan pengetahuan serta bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman satu bimbingan skripsi, yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis selama proses pengerjaan hingga dapat selesai dengan baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih ada kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, __ Juni 2020
Penulis,

Fernando

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	8
2.1.2 <i>Service Quality</i>	10
2.1.1 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17

2.2.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Model Penelitian.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Identifikasi, Defenisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	21
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.2.2 Defenisi Operasional Variabel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Pengukuran Variabel	25
3.5 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyempelan	26
3.6.1 Populasi	26
3.6.2 Sampel.....	26
3.6.3 Teknik Sampling	27
3.7 Teknik Analisis Data	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Karakteristik Responden	29
4.1.1.1 Usia	29
4.1.1.2 Pernah Berkunjung ke gym di Atlas Sports Club Surabaya dalam 6 bulan terakhir.....	30
4.1.1.3 Domisili di Surabaya.....	30
4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	31
4.2.2 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i>	33
4.2.3 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	34
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	35
4.3 Hasil Analisis Data	35
4.3.1 Uji Normalitas	35
4.3.2 Uji Validitas.....	37
4.3.3 Uji Reliabilitas	38

4.3.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	39
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	39
4.3.6 Uji Hipotesis	40
4.4 Pembahasan.....	42
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran	50
5.3.1 Saran Akademis	50
5.3.2 Saran Praktis	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kategori Member Aktif	2
Tabel 4.1 Kriteria Skor Variabel	31
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	32
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i>	33
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	34
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	35
Tabel 4.6 Univariate Normality	36
Tabel 4.7 Multivariate Normality	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.10 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	40
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Jawaban Karakteristik Responden

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 4 Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 5 Uji Normalitas

Lampiran 6 Output SEM

Lampiran 7 Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Atlas Sports Club di Surabaya.

Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 sampel. Persyaratan menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang pernah berkunjung dan berbelanja di Atlas Sports Club Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis SEM dengan program LISREL.

Saran untuk pihak pengelolaan *service quality* pada Atlas Sports Club Surabaya agar lebih memperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk seperti bahan yang digunakan. Selain itu untuk meningkatkan *service quality* juga dapat dilakukan dengan meningkatkan sistem layanan sehingga pelanggan akan puas dan menjadikan pelanggan loyal.

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

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND
CUSTOMER LOYALTY AT ATLAS SPORTS CLUB IN
SURABAYA***

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the effect of Experiential Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Atlas Sports Club in Surabaya.

The sampling technique used was non-probability sampling by purposive sampling. The number of samples used in this study were 200 samples. Requirements to be respondents in this study were respondents who had visited and shopped at the Atlas Sports Club Surabaya. Data were collected using an online questionnaire using Google Forms. The data analysis technique used in this study is to use SEM analysis with the LISREL program.

Suggestions for the service quality management at Atlas Sports Club Surabaya to pay more attention in increasing customer satisfaction. This can be done by maintaining the quality of the product such as the material used. In addition to improving service quality can also be done by improving the service system so that customers will be satisfied and make loyal customers.

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