

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA DEPOT ANDA DI
MOJOKERTO**



**OLEH:
FITRIA MAILINDA
3103008222**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA DEPOT ANDA DI
MOJOKERTO**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
FITRIA MAILINDA
3103008222

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PERSETUJUAN

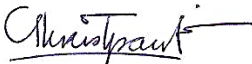
TUGAS AKHIR SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA DEPOT ANDA DI MOJOKERTO

Oleh:
Fitria Mailinda
3103008222

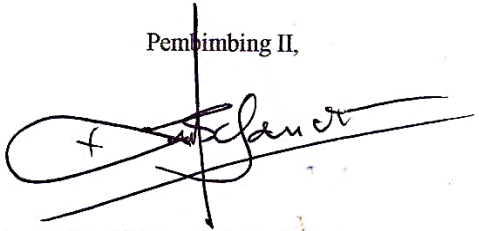
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Tanggal: 11.12.2014

Pembimbing II,

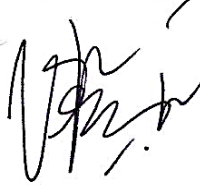


A. Yan Wellyan T Putro, SE.M.SI
Tanggal: 11.12.2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi tugas akhir yang ditulis oleh Fitria Mailinda NRP : 3103008222 telah diajukan pada tanggal 21 Januari 2015

Ketua Tim Penilai



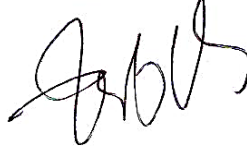
Veronika R, SE., M.Si
NIK: 311.89.0163

Mengetahui



Dekan.
Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, SE., MSI
NIK: 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitria Mailinda

NRP : 3103008222

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Depot Anda Di Mojokerto

Menyatakan bahwa tugas akhir 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, 5 Januari 2015

Saya menyatakan



(Fitria Mailinda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “*Expriential Marketing dan Service Quality terhadap Costumer Loyalty melalui Costumer Satisfaction pada Depot Anda di Mojokerto*”. 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 karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyati, SE.,MSI Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) sebagai dosen pembimbing I yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan ditengah-tengah kesibukan yang padat, serta membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. A. Yan Wellyan T Putro, SE., MSi sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.

6. Orang tua terutama mama dan oma saya yang mendoakan dan memberikan support secara penuh. Dan saudara yaitu : Emma,dan David, kak Citra ,om Deby atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini yaitu Claudia, Enik, Agnes, Masita rusmaya, Mario, Dicky , Agik dan yang tidak bisa saya sebutkan satu pesatu, tak lupa yang terkasih Alexsander Herman Sanjaya yang mensupport dengan memberikan tenaga yang luar biasa kepada saya. serta sahabat terbaik, terkasih, dan luar biasa Albert Setiawan Baiin yang telah dengan sabar mendampingi ,mengarahkan, memberikan support yang luar biasa.
8. Kepada Bapak Idiali selaku pemilik Depot Anda di Mojokerto, atas kerjasamanya dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

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 yang dapat membangun dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 05 Januari 2015

Fitria Mailinda

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 I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.3 Pengaruh Antar Variabel	22
2.4 Model Penelitian	26
2.5 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Identifikasi Variabel	29
3.3 Definisi dan Pengukuran variabel	29

3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.5 Pengukuran Data	32
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan Sampel .	33
3.8 Teknik Analisa Data	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi hasil Penelitian.....	36
4.1.1. Karakteristik Responden	36
4.1.2. Statistik Deskripsi Variabel – Variabel Penelitian	37
4.2. Analisis Data.....	44
4.2.1. Uji Normalitas Data.....	44
4.2.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>).....	45
4.2.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran (<i>Measurement Model Fit</i>).....	47
4.2.3.1. Uji Validitas	47
4.2.3.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.2.4. Uji Kecocokan Struktural (<i>Structural Model Fit</i>).....	49
4.2.5. Pengujian Hipotesis Penelitian	51
4.3. Pembahasan	53
4.3.1. Pengaruh <i>Experiential Markting</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	53
4.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
4.3.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	56
4.3.4. Pengaruh Mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	

Dalam Hubungan Experiential Marketing Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	58
4.3.5. Pengaruh <i>Mediasi Customer Satisfaction</i> Dalam Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran Akademis.....	63
5.2.2. Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian yang Dilakukan.....	9
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit Index</i>	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	36
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	37
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiental Marketing</i>	37
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	39
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
Tabel 4.7 <i>Test Univariate Normality for Continuous Variabel</i>	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	27

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil uji Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Normalitas
- Lampiran 4 Output Lisrel
- Lampiran 5 Gambar Estimates
- Lampiran 6 Gambar Standardized
- Lampiran 7 Gambar T-Value
- Lampiran 8 Karakteristik Responden
- Lampiran 9 Uji Validitas
- Lampiran 10 Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 Statistik Deskriptif

**Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap
Customer Loyalty Melalui *Customer Satisfaction* Pada Depot Anda
Di Mojokerto**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan mediator *Customer satisfaction* pada DEPOT ANDA kota Mojokerto. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 150 sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh negative terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dimediasi secara positif oleh *customers satisfaction*, *experiential Marketing* terhadap *loyalty* dimediasi secara negative oleh *Customer Satisfaction*, *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dimediasi secara positif oleh *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Customers loyalty*, *Customer Satisfaction*

Influence of Experiential Marketing and Service Quality to Customer Loyalty by Customer Satisfaction to Depot Anda In Mojokerto

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence Experiential Marketing and Service Quality to Customers Loyalty through Customers Satisfaction at Depot Mojokerto. The number of samples in this study were 150 samples. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM).

The results of this study indicate that the Experiential Marketing negative effect on Customer Satisfaction, Service Quality positive influence on Customer Satisfaction. While Customer Satisfaction positively mediate the effect of Service Quality on Customer Loyalty and mediate the negative influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty.

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