

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE  
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIRCLE K  
TENGILIS MEJOYO DI SURABAYA**



OLEH :

FEBRIYANTI KUMALASARI

3103008339

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2012

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE  
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIRCLE K  
TENGILIS MEJOYO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

diajukan kepada

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Bidang Studi Manajemen

OLEH:

**FEBRIYANTI KUMALASARI**

3103008339

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA 2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE  
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIRCLE K  
TENGGILIS MEJOYO DI SURABAYA

Oleh:

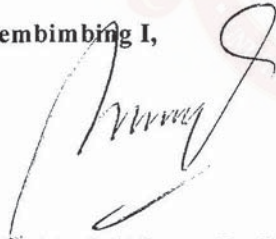
Febriyanti Kumalasari

3103008339

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diujikan

Pada Ujian Akhir Tugas Akhir

Pembimbing I,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS

Tanggal 20 Februari 2012

Pembimbing II,



Robertus Sigit, SE. M.Sc

Tanggal 20 Februari 2012

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Febriyanti Kumalasari NRP 3103008339.  
Telah diuji pada tanggal 22 Februari 2012 dan dinyatakan LULUS  
oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



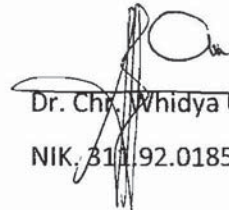
Prof. DR.H. Teman Koesmono, MM

NIK. 311.98.0359

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Ch. Whidya Utami, MM.  
NIK. 311.92.0185



Drs. EC. Yulius Koesworo, MM  
NIK 311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feberiyanti Kumalasari

Nrp : 3103008339

Judul Tugas Akhir: Pengaruh *Experiential Marketing, Service Quality*  
Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty*  
Pada Circle K Tenggilis Mejoyo Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian Pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Maret 2012



Feberiyanti. Kumalasari

## ABSTRAKSI

Perusahaan ritel mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan perkembangan zaman terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan ritel modern yang masuk dan berkembang di kota Surabaya. Trend baru di dunia bisnis ritel modern konsumen dalam berbelanja bukan lagi hanya sekedar tempat perbelanjaan yang lengkap dan harga yang murah, melainkan konsumen saat ini membutuhkan tempat berbelanja yang memberikan kenyamanan dalam berbelanja. Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan dasar bagi perusahaan dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan bukti dari emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu hubungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada Circle K Tenggilis Mejoyo Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden dan diolah dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa : *Experiential marketing* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *Experiential marketing* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, dan *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* hal ini disebabkan nilai signifikansi sebesar 0.000 ( $<0.05$ )

**Kata kunci:** *experiential marketing*, *service quality*, *customer satisfaction*  
dan *customer loyalty*

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF *EXPERIENTIAL MARKETING*,  
*SERVICE QUALITY* FOR *CUSTOMER SATISFACTION*  
AND *CUSTOMER LOYALTY* AT CIRCLE K  
TENGGILIS MEJOYO SURABAYA**

Abstract

Today retail companies have very rapid development proven by the increasing number of modern retail companies that enter and growing in the city of Surabaya. The new trend in modern retail business is customers no longer just looking for an equipped shopping place with lower price, but consumers now also need a shopping place that provides comfort in shopping. Quality of service is the basic foundation for company and customer satisfaction is the response on the fulfillment of customer needs. Customer loyalty is a proof of emotion that transforms repetitive purchase behaviors into a relationship.

This study aims to determine more further the effect of experiential marketing and service quality on customer satisfaction and loyalty at Circle K Tenggilis Mejoyo Surabaya. The result of discussion can be summarized that : (1) Experiential marketing affect positive the customer satisfaction, Service quality affect positive the customer satisfaction, Experiential affect positive the customer loyalty, and Service quality affect positive the customer loyalty. this is due to the significance of 0000 ( $<0.05$ ).

**Key:** *experiential marketing, service quality, customer satisfaction*

*dan customer loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, koreksi perbaikan, perhatian, masukan-masukan penyempurnaan materi dan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu suatu jasa yang sangat berharga yang akan penulis kenang selamanya.
4. Bapak Robertus Sigit, SE., MSc selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan banyak waktu dan pikiran terutama dalam memberikan pengarahan, petunjuk, koreksi perbaikan, dan masukan-



masukannya penyempurnaan materi serta motivasi untuk senantiasa melangkah maju, yaitu suatu jasa yang sangat berkesan di hati yang tak dapat penulis lupakan.

5. Bapak dan Ibu Pengajar Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah membekali ilmu dan pengetahuan yang tidak ternilai selama penulis menjadi mahasiswa.
6. Orangtua yang sudah mendukung dan memberi dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik, serta mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat pada waktu.
7. *Special for my Sister* Deviana Kumalasari yang telah memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Teman-teman yang turut membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Besar harapan penulis agar Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 22 Maret 2012

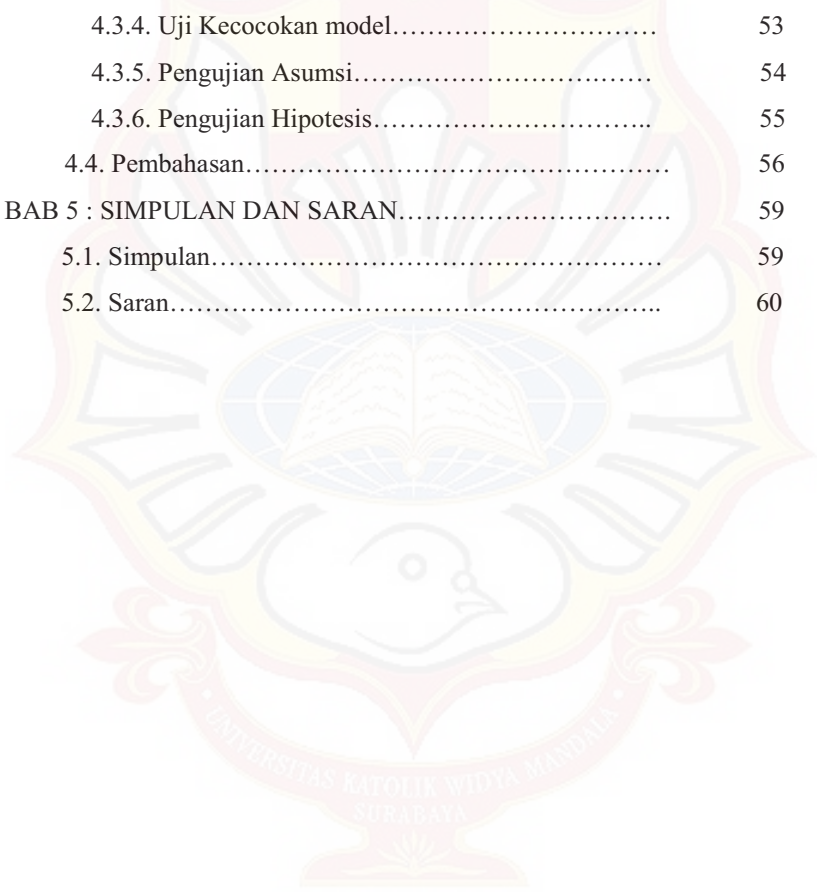
Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABTRACT.....	x
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Experiential Marketing</i> .....	11
2.2.2. <i>Service Quality</i> .....	14
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.3. Keterkaitan Konsep Antar Variabel.....	25
2.3.1.Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
2.3.2.Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	26

2.3.3. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	27
2.3.4. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.4. Model Penelitian.....	29
2.5. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Identifikasi Variabel.....	30
3.3. Definisi Operasional.....	30
3.4. Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.4.1. Jenis Data.....	35
3.4.2. Sumber Data.....	36
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5.1. Alat Pengumpulan Data.....	36
3.5.2. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.7. Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1. Uji Validitas.....	38
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	38
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.7.3.1 Uji Kecocokan Model.....	39
3.7.3.2 Pengujian Asumsi.....	40
3.7.3.3 Pengujian Hipotesis.....	40
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Sampel Penelitian.....	41

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.3. Analisis Data.....	44
4.3.1. Uji Validitas.....	44
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.3.3. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	53
4.3.4. Uji Kecocokan model.....	53
4.3.5. Pengujian Asumsi.....	54
4.3.6. Pengujian Hipotesis.....	55
4.4. Pembahasan.....	56
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Simpulan.....	59
5.2. Saran.....	60



## DAFTAR TABEL

Nomor :	Halaman
2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	10
2.2. Atribut dan Dimensi Model SERVQUAL.....	16
3.3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	40
4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	42
4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.6. Uji Validitas Subindikator Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	44
4.7. Uji Validitas Indikator Variabel <i>Experiential marketing</i> .....	45
4.8. Uji Validitas Subindikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	45
4.9. Uji Validitas Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	46
4.10. Uji Validitas Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
4.11. Uji Validitas Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	47
4.12. Uji Reliabilitas Subindikator Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	48
4.13. Uji Reliabilitas Indikator Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	49

4.14. Uji Reliabilitas Subindikator Variabel	
<i>Service Quality</i> .....	49
4.15. Uji Reliabilitas Indikator Variabel	
<i>Service Quality</i> .....	51
4.16. Uji Reliabilitas Indikator Variabel	
<i>Customer Satisfaction</i> .....	51
4.17. Uji Reliabilitas Indikator Variabel	
<i>Customer Loyalty</i> .....	52
4.18. Uji Reliabilitas Indikator Variabel <i>Experiential marketing,</i> <i>Service quality, Customer satisfaction,</i> <i>dan Customer loyalty</i> .....	52
4.19. Uji Kecocokan Model.....	53
4.20. Uji Asumsi Multikolinearitas.....	54
4.21. Uji Asumsi Heterokedatisitas.....	54
4.22. Pengujian Hipotesis.....	55

DAFTAR GAMBAR

Nomor :	Halaman
2.4. Model Penelitian.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Skor Tanggapan Kuesioner
3. Output Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Output Regresi
5. Tabel F
6. Tabel t

