

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA COMMON GROUNDS COFFEE ROASTER**

GALAXY MALL DI SURABAYA.



OLEH:

**ERICH RICHARD LAMANEPA
3103012248**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA COMMON GROUNDS COFFEE ROASTER
GALAXY MALL DI SURABAYA.**

SKRIPSI

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

Oleh:
ERICH RICHARD LAMANEPA
3103012248

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA COMMON GROUNDS COFFEE ROASTER
GALAXY MALL DI SURABAYA.**

Oleh:

ERICH RICHARD LAMANEPA

3103012248

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM.,
CPM (AP)
NIK. 311.89.0163
Tanggal:

Pembimbing II,

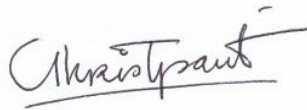


Drs. EC. N. Agus Sunaryanto,
MM
NIK. 311.92.0194
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Erich Richard Lamanepa NRP 3103012248
Telah diuji pada Tanggal: 09/09/2016 dan dinyatakan Lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



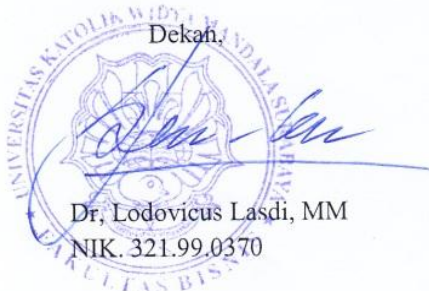
Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
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.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erich Richard Lamanepa

NRP : 3103012248

Judul Skripsi : Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Common Grounds coffee roaster Galaxy Mall di 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 bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 26 September 2016

Yang menyatakan,

Erich R:



KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang mendalam Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Manajemen. Selain itu, melalui skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan terutama kepada para pelaku industri kuliner terutama Cafe dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui strategi experiential marketing.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung mau pun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan nasehat serta meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan petunjuk dan motivasi

yang sangat berharga dari awal hingga akhir dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Drs. EC. N Agus Sunaryanto, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan nasehat serta meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan petunjuk dan motivasi yang sangat berharga dari awal hingga akhir dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar beserta staf Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya dosen rumpun pemasaran yang telah mendidik dan memberikan ilmunya, memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Papa Ali Lamanepa dan Mama Rosalia Lelaona, terima kasih untuk Doa, semangat, dukungan, kasih sayang, pengorbanan, dan ketulusannya dalam mendampingi penulis. Adik Amelia Wulandari Lamanepa dan Indra Rafly Lamanepa, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat dekat, teman-teman sd, smp, sma dan teman-teman komunitas Mitsubishi outlander sport indonesia yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman seangkatan 2012 serta semua teman Fakultas Bisnis yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena keterbatasan, penulis mengharapkan saran dan kritik maupun koreksi yang bersifat membangun guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian. Terima kasih. Tuhan memberkati.

Surabaya,

Erich Richard Lamanepa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Pustaka	12
2.2.1. <i>Experiential Marketing</i>	12
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2.3. <i>Customer Loyalty</i>	21
2.2.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23

2.2.5. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.2.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.2.7. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3 Model Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Identifikasi Variabel	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	29
1. <i>Experiential Marketing</i>	29
2. <i>Customer Satisfaction</i>	29
3. <i>Customer Loyalty</i>	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Pengukuran Variabel.....	31
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	31
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	31
3.6.2. Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik pengambilan sampel	32
3.7.1. Populasi	32
3.7.2. Sampel.....	33
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel	33
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	34
3.9 Teknik Analisis Data	35
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	38

4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	38
1. Karakteristik Berdasarkan Usia	38
2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	38
4.1.1. STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL.....	40
1. Statistik Deskriptif variabel <i>Experiential Marketing</i>	40
2. Statistik Deskriptif variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
3. Statistik Deskriptif variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1. Uji Asumsi SEM.....	44
1. Uji Normalitas	44
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas	47
3. Persamaan Struktural	48
4.2.3. Pengujian Kesesuaian Model	49
4.2.4. Pengujian Hipotesis	50
4.3 Pembahasan.....	51
4.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.3.2 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	54
4.3.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	55
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 SIMPULAN	57

5.2 SARAN.....	59
5.2.1 Saran Praktis.....	59
5.2.2 Saran Akademis.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian	11
Tabel 3.1. <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	39
Tabel 4.4. Kelompok Interval Penilaian	40
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	41
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Univariat	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Multivariat	45
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.12. Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model.....	49
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Hipotesis.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian	26
Gambar 4.1. <i>Path Diagram</i> Persamaan Struktural.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3. Output Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik deskriptif
- Lampiran 5. Uji SEM

Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall di Surabaya.

ABSTRAK

Semakin banyak café dan restoran yang ada di Surabaya, menyebabkan persaingan yang cukup ketat di industry hospitalisasi. Salah satunya adalah Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yang berarti dalam teknik ini pemilihan unit sampling dilakukan dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan sebelumnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*)

Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa H1: *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, diterima; H2: *Experiential Marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, ditolak; H3: *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, diterima; H4: *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi di Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, diterima.

Saran yang diajukan adalah manajemen Common Ground Coffee Roaster Surabaya harus menciptakan pengalaman yang lebih memberikan kepuasan kepada konsumen ketika berkunjung ke Common Ground Coffee Roaster Surabaya, sehingga konsumen akan terkesan dan ingin melakukan kunjungan kembali dilain waktu.

Saran akademis dari hasil penelitian ini diharapkan bagi peneliti dimasa yang akan datang disarankan untuk terus menggali pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci : *Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

The Effect Of Experiential Marketing To Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As A Mediating Variable At Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall In Surabaya

ABSTRACT

Nowadays, the existence of café and restaurant in Surabaya is emerging, causing a tight competition in the industry hospitalization. Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, is one of them. The purpose of this study was to determine the influence of experiential marketing, and customer satisfaction to customer loyalty.

The sampling technique in this study using a non probability sampling, which means in this technique sampling unit selection is done taking into account the requirements predetermined. Data analysis technique used is SEM (Structural Equation Modelling).

Hypothesis research shows that H1: Experiential Marketing positive and significant impact on the Customer Satisfaction at Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, accepted; H2: Experiential Marketing is not positive and significant impact on the Customer Loyalty in Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, rejected; H3: Customer Satisfaction effect positive and significant impact on the Customer Loyalty in Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, accepted; H4: Experiential Marketing positive and significant impact on the Customer Loyalty through Customer Satisfaction as a mediating variable in Common Grounds Coffee Roaster Galaxy Mall Surabaya, accepted.

Suggestion that submitted is the management of Common Ground Coffee Roaster Surabaya should create a more rewarding experience to consumers when they visit the Common Ground Coffee Roaster Surabaya, so that consumers will be impressed and want to make a return visit next time.

Academic advice from the results of this study are expected for the future researchers are advised to continue to explore the influence of experiential marketing on customer loyalty.

Keywords : *Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*