

PENGARUH ANTARA EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE  
QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
DAN CUSTOMER LOYALTY PIZZA HUT  
DARMO SURABAYA



OLEH :

KRISNA DHARMA

3103010152

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

**PENGARUH ANTARA EXPERIENTIAL MARKETING DAN  
SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
DAN CUSTOMER LOYALTY PIZZA HUT  
DARMO SURABAYA**

**SKRIPSI**

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

Oleh:  
Krisna Dharma Setiawan  
3103010152

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2014

# HALAMAN PERSETUJUAN

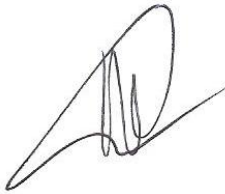
## SKRIPSI

### PENGARUH ANTARA EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PIZZA HUT DARMO SURABAYA

Oleh:  
Krisna Dharma Setiawan  
3103010152

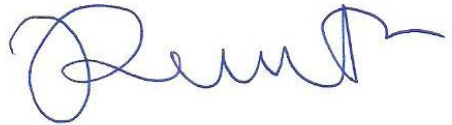
Telah Disetujui dan Diterima untuk Sidang Akhir

Dosen Pembimbing I,



Maria Goretti Temengkol, Dra. Ec. MM  
Tanggal: 20/4/2014

Dosen Pembimbing II,



Julius Runtu, SS., M.Si.  
Tanggal: 24/4/2014

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Krisna Dharma Setiawan NRP 3103010152  
Telah di uji pada tanggal 30 Juni 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM  
NIK: 311.95.0230

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyati, SE, M.Si.  
NIK: 311.99.0369



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya sebagai mahasiswa Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Dharma Setiawan

NRP : 3103010152

Judul : Pengaruh antara *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pizza Hut Darmo Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir dalam bentuk skripsi adalah asli dari karya tulis saya. Jika di masa mendatang, saya diketahui melakukan plagiat, saya siap menerima saksi dari Universitas Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui karya tulis saya untuk 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 persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Juli 2014

Yang Menyatakan,



Krisna Dharma Setiawan

## KATA PENGANTAR

Pertama tama, penulis berterima kasih kepada Tuhan, karena dengan kemurahan hatinya melalui rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh antara *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pizza Hut Darmo Surabaya”. Tujuan membuat tugas akhir untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama proses menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak – pihak yang membantu penulis secara langsung maupun tak langsung. Oleh sebab itu, dengan segala kebaikan hati pihak – pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir maka, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyati, SE, M.Si. Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Maria Goretti Temengkol, Dra. Ec. MM sebagai dosen pembimbing 1 yang telah telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Julius Runtu, SS., M.Si., CPHR sebagai dosen pembimbing 2 yang telah telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.

6. Orang tua dan saudara tercinta, atas dukungan dalam doa, cinta kasihnya, dan nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman kuliah yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik secara moral maupun fisik selama kuliah, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Semua pihak – 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 peneliti dalam hal pikiran, waktu, tenaga dan faktor – faktor lainnya yang ada dalam diri penulis. Oleh karena itu, maka penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, harapan penulis adalah semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2014

Krisna Dharma Setiawan

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penulisan.....	6
1.4. Manfaat Penulisan.....	7
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
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> .....	16
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	22



2.2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.2.5.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.2.5.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> .....	24
2.2.5.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	25
2.2.5.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	25
2.2.5.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> .....	26
2.3. Model Penelitian.....	26
2.4. Hipotesis.....	27
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	34
3.5. Pengukuran Variabel.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel...	36
3.8. Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1 Asumsi – Asumsi SEM.....	38
3.8.2 Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB 4. PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1. Karakteristik Responden.....	45
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.3. Uji Asumsi SEM.....	55

4.3.1 Uji Normalitas.....	55
4.3.2 Uji Validitas.....	58
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	62
4.4. Persamaan Struktural.....	62
4.5. Pengujian Hipotesis.....	64
4.6. Uji Keseluruhan Model.....	65
4.7. Pembahasan.....	66
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
5.1. Simpulan.....	75
5.2. Saran.....	76
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
2.1. Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang .....	10
4.1. Tabel Jenis Kelamin.....	45
4.2. Tabel Usia.....	46
4.3. Tabel Domisili.....	46
4.4. Tabel Frekuensi Kunjungan Dalam 1 Tahun Terakhir.....	47
4.5. Tabel Interval Rata - Rata Skor.....	48
4.6. Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> ....	49
4.7. Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	51
4.8. Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
4.9. Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	54
4.10. Tabel Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	56
4.11. Tabel Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	58
4.12. Tabel Hasil Uji Validitas.....	59
4.13. Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.14. Tabel Pengujian Hipotesis.....	64
4.15. Tabel Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Nomor:		Halaman
1.1.	Kerangka Konseptual.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomer:

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
4. Uji Normalitas
5. Output LISREL
6. Uji Reliabilitas
7. Output Gambar Estimates
8. Output Gambar Standardized Solution
9. Output Gambar T-Value

# PENGARUH ANTARA EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PIZZA HUT DARMO SURABAYA

## ABSTRAKSI

Pada zaman sekarang ini, beberapa perusahaan mengadopsi *Experiential Marketing* karena saat ini pelanggan lebih memilih produk yang dapat memberikan pengalaman yang mengesankan sehingga meninggalkan kesan yang positif daripada fungsi utama dari sebuah produk. Oleh karena itu produk saat ini harus dapat mempengaruhi sisi emosional pelanggan daripada fokus pada manfaat dan biaya produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pizza Hut Darmo Surabaya.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian konklusif pada studi experimental atau *causal research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 pelanggan Pizza Hut Darmo Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian ini menghasilkan penemuan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, dan *Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

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

# **EFFECT OF THE EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION CUSTOMER LOYALTY AND PIZZA HUT DARMO SURABAYA**

## **ABSTRACT**

In this era, some companies adopt Experiential Marketing as current customers prefer products that can provide a memorable experience that leaves a positive impression than the primary function of a product. Therefore, the product must be able to affect current customers emotional side rather than focus on the benefits and cost of the product. This study aims to determine the effect of Experiential Marketing and Customer Service Quality on Customer Loyalty satisfaction and Pizza Hut Darmo Surabaya. In this study using conclusive studies on experimental studies or causal research. The sampling technique using non-probability sampling with purposive sampling. The sample used by 150 customers Pizza Hut Darmo Surabaya. Data collection tool used was a questionnaire. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling using LISREL program. The results of this research led to the discovery that the effect on Customer Experiential Marketing satisfaction, Customer Service Quality affects the satisfaction, Customer satisfaction influence the Customer Loyalty, Experiential Marketing influence the Customer Loyalty and Service Quality not significantly influential on Customer Loyalty.

**Keywords:** *Experiential Marketing; Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty*