

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN TIMEZONE DI SURABAYA**



**OLEH :**

**ISHAC TAUFAN PUTRA NASARANI**

**3103014174**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN TIMEZONE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK  
WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**

**ISHAC TAUFAN PUTRA NASARANI**

**3103014174**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN TIMEZONE DI SURABAYA**

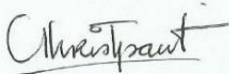
Oleh:

Ishac Taufan Putra Nasarani

3103014174

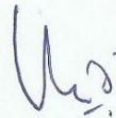
Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik untuk Diajukan Kepada Tim  
Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti S., MM., CPM (AP) 1  
NIK. 311.89.0163  
Tanggal:

Pembimbing II,



Maria Mia, SE. MM.  
NIK. 311.98.0359  
Tanggal:

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ishac Taufan Putra Nasarani NRP 3103014174  
Telah diuji pada tanggal 17 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji



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

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ishac Taufan Putra Nasarani

NRP : 3103014174

Judul Skripsi : *Service Quality dan Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty dan Customer Satisfaction pada Pelanggan Timezone Surabaya*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai Undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 10 Januari 2018

Yang menyatakan



(Ishac Taufan Putra Nasarani)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Dan *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan Timezone Di Surabaya”. Tugas akhir skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini peneliti memperoleh banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Maria Mia, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Kedua orang tua, saudara, dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa serta nasehat yang berguna.
7. Lie Dicky Julian, Ariyani Puspa, Yenny Lukman dan segenap Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Denny Poandy, Andre Thamrin, Lucky Laras, beserta segenap Pengurus Harian Unit Kegiatan Mahasiswa 3 Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya angkatan 2016-2017.
9. Purwo Cendekia, Tommi Setiawan, beserta segenap Koordinator Pelaksana Unit Kegiatan Mahasiswa 3 Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya angkatan 2016-2017.

10. Segenap Keluarga Besar Unit Kegiatan Mahasiswa 3 Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya angkatan.
11. Segenap Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya angkatan 2014.
12. Segenap Pasukan Warkop 27 Ngagel Dadi
13. Malvin Hendrawan, Ricky Ardiyanto, Stella Lucia, Okkynata, Yonathan Basar, Alex Priyono, beserta seluruh teman-teman seperjuangan skripsi.
14. Teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 10 Januari 2018

Peneliti,

Ishac Taufan Putra Nasarani

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....  | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | iii     |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan<br>PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..... | iv      |
| KATA PENGANTAR.....   | v       |
| DAFTAR ISI.....   | vii     |
| DAFTAR TABEL.....   | ix      |
| DAFTAR GAMBAR.....  | x       |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xi      |
| ABSTRAK.....  | xii     |
| ABSTRACT.....   | xiii    |
| BAB 1. PENDAHULUAN.....   | 1       |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....  | 1       |
| 1.2. Rumusan Masalah.....   | 7       |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....   | 8       |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....  | 8       |
| 1.5. Sistematika Penulisan.....   | 9       |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....  | 10      |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....  | 10      |
| 2.2. Landasan Teori.....  | 12      |
| 2.2.1. <i>Service Quality</i> .....   | 12      |
| 2.2.2. <i>Experiential Marketing</i> .....  | 14      |
| 2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....   | 17      |
| 2.2.4. <i>Customer Loyalty</i> .....  | 19      |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel.....   | 20      |
| 2.4. Model Penelitian.....  | 24      |
| 2.5. Hipotesis.....   | 24      |
| BAB 3. METODE PENELITIAN.....   | 26      |
| 3.1. Desain Penelitian.....   | 26      |
| 3.2. Identifikasi Variabel.....   | 26      |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel.....   | 27      |
| 3.4. Pengukuran Variabel.....   | 31      |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data.....   | 31      |
| 3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....                             | 32      |
| 3.7. Metode Pengumpulan Data.....   | 33      |
| 3.8. Teknik Analisis Data.....  | 34      |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....   | 38      |



|  |    |
|--|----|
| 4.1. Karakteristik Responden.....                  | 38 |
| 4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 42 |
| 4.3. Uji Asumsi SEM.....                           | 48 |
| 4.4. Persamaan Struktural.....                     | 55 |
| 4.5. Uji Keseluruhan Model.....                    | 57 |
| 4.6. Pengujian Hipotesis.....                      | 57 |
| 4.7. Pembahasan.....                               | 59 |
| BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....                     | 64 |
| 5.1. Simpulan.....                                 | 64 |
| 5.2. Saran.....                                    | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA                                     |    |
| LAMPIRAN   |    |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....                     | 11      |
| 4.1. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin.....                             | 38      |
| 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                   | 39      |
| 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....                               | 39      |
| 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                              | 40      |
| 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Terakhir.....           | 41      |
| 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Timezone yang Sering Dikunjungi..... | 41      |
| 4.7. Interval Rata-rata Skor.....  | 43      |
| 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....                      | 43      |
| 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....               | 45      |
| 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....               | 46      |
| 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....                    | 47      |
| 4.12. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....                                    | 49      |
| 4.13. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....                                  | 51      |
| 4.14. Uji Validitas.....   | 51      |
| 4.15. Uji Reliabilitas.....  | 55      |
| 4.16. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....  | 57      |
| 4.17. Pengujian Hipotesis.....   | 58      |

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

|      |                       |    |
|------|-----------------------|----|
| 2.1. | Model Penelitian..... | 24 |
|------|-----------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Output Statistik Deskriptif
4. Uji Normalitas
5. Output Lisrel
6. Output Persamaan Struktural
7. Output Gambar *Estimates*
8. Output Gambar *Standardized Solution*
9. Output Gambar *t-value*

## ABSTRAK

Pada era modern ini, beberapa perusahaan mengadopsi *Experiential Marketing* karena saat ini pelanggan lebih memilih produk yang dapat memberikan pengalaman yang mengesankan yang berkesan positif daripada fungsi utama dari sebuah produk. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mempengaruhi sisi emosional pelanggan untuk memberikan kepuasan dan kesetiaan terhadap suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada pelanggan Timezone di Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 140 responden pelanggan Timezone di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Experiential Marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dan *Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Experiential Marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

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

## **ABSTRACT**

*In this modern era. some companies adopt Experiential Marketing because customers prefer product that can provide an impressive experience than the main product function. So the companies should be able to influence the emotional side of customers to provide satisfaction and loyalty of customers to a companies. This research aims to determine the influence of Service Quality and Experiential Marketing to Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Timezone customers in Surabaya. This research uses causal research. Sampling technique using simple random sampling by purposive sampling. The sample used is 140 respondents Timezone customers in Surabaya. Data analysis technique used is Structural Equation Model by using LISREL program. The results of this study indicate that Service Quality significantly influence Customer Satisfaction, Experiential Marketing significantly influence on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction significantly influence on Customer Loyalty, and Service Quality does not significantly affect on Customer Loyalty, Experiential Marketing has no significant effect on Customer Loyalty.*

**Keyword:** *Service Quality, Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*