

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *DEALER MITSUBISHI PT. SUN STAR MOTOR* di SURABAYA**



**OLEH :**

**ERIC MARTIN**

**3103014001**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2018**

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *DEALER MITSUBISHI PT. SUN STAR MOTOR* di SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen



OLEH:

ERIC MARTIN

3013014001

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTIAL MARKETING*, DAN  
*PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA *DEALER* MITSUBISHI PT. SUN STAR  
MOTOR di SURABAYA

OLEH :  
ERIC MARTIN  
3103014001

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)  
Tanggal : 6 Juni 2018

Pembimbing II



Yuliasti Ika Handayani, SE., MM.  
Tanggal : 10 JUNI 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Eric Martin dengan NRP. 3103014001. Telah diuji pada tanggal 23 Agustus 2018 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, M.M., Ak., CA.  
NIK. 321.99.0370



Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc.  
NIK. 311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Manajemen Pemasaran, maka saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eric Martin

NRP : 3103014001

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Experiential Marketing*, dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Dealer PT. Sun Star Motor 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 Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 17 Mei 2018



Eric Martin

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Service Quality, Experiential Marketing, dan Product Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya” . terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari peran, bantuan, bimbingan, dukungan dari berbagai pihak yang selalu setia dalam menemani penulis dalam keadaan apapun. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Yuliasti Ika Handayani, SE.,MM. selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing dan mengajarkan

penulis segala ilmu pengetahuan selama perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Orang tua dan saudara tercinta serta terkasih, yang telah memberikan doa, kepercayaan, cinta kasih, dan semangat kepada penulis dalam keadaan terpuruk saat proses penyelesaian skripsi.
7. Teman-teman Jurusan Manajemen, khususnya Rumpun Manajemen Keuangan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berjuang bersama-sama menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung yang berperan dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak keterbatasan dan masih jauh dari kata sempurna. Kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa, kekurangan adalah milik manusia. Oleh karena itu, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis panjatkan doa untuk kedamaian dan kesejahteraan kita semua.

Surabaya, 16 Mei 2018

Penulis

## 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
DARTAR GAMBAR .....	.xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	.xii
ABSTRAK .....	.xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	.xiv
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	.8
2.2 Landasan Teori .....	.9
2.2.1 <i>Service Quality</i> .....	.9
2.2.2 <i>Experiential Marketing</i> .....	12
2.2.3 <i>Product Quality</i> .....	15
2.2.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18



2.2.5	<i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.2.6	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.2.7	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.2.8	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.2.9	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	24
2.3	Model Penelitian .....	25
2.4	Hipotesis.....	25
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Identifikasi Variabel.....	27
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4	Pengukuran Variabel.....	31
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7.1	Populasi.....	33
3.7.2	Sampel .....	33
3.7.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.8	Teknik Analisis Data .....	34
3.8.1	Uji Validitas .....	34
3.8.2	Uji Realibilitas .....	35
3.8.3	Uji Normalitas.....	35
3.8.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	36
3.8.5	Uji Hipotesis .....	37

**BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Responden .....	38
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	39
4.3 Uji Asumsi SEM .....	47
4.3.1 Uji Validitas .....	47
4.3.2 Uji Realibilitas .....	49
4.3.3 Uji Normalitas.....	51
4.4 Persamaan Struktural.....	53
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	54
4.6 Pengujian Hipotesis.....	55
4.7 Pembahasan.....	57

**BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	70
5.2 Saran.....	71

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini.....	9
Tabel 4.1 Berusia 17 tahun ke atas.....	38
Tabel 4.2 Domisili di Surabaya.....	39
Tabel 4.3 Interval Rata-Rata Skor.....	40
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	40
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	42
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> .....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.10 Uji Realibilitas Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normaly</i> .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normaly</i> .....	53
Tabel 4.13 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	54
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis.....	55

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Data Mentah
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Uji SEM

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *dealer* Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 150 pengguna mobil Mitsubishi di Surabaya. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk melihat pengaruh variabel *service quality*, *experiential marketing*, dan *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *experiential marketing*, dan *product quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *dealer* Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya. Dengan hasil penelitian yang ada pihak manajemen PT. Sun Star Motor di Surabaya disarankan untuk lebih lagi meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan pengalaman berkesan kepada konsumen, dan terus menjaga kualitas produk.

Kata Kunci: *service quality*, *experiential marketing*, *product quality*, *customer loyalty*, *customer satisfaction*.

## **ABSTRAC**

This study aims to examine and analyze the factors that influence customer loyalty through customer satisfaction at a Mitsubishi dealer PT. Sun Star Motor in Surabaya the sample used in the study was 150 users of Mitsubishi cars in Surabaya. Hypothesis testing is done using Structural Equation Modeling (SEM) analysis to see the effect of service quality, experiential marketing, and product quality variables on customer loyalty through customer satisfaction. The results showed that service quality, experiential marketing, and product quality had a significant influence on customer loyalty through customer satisfaction at a Mitsubishi dealer PT. Sun Star Motor in Surabaya. With the results of existing research the management of PT. Sun Star Motor in Surabaya is recommended to further improve service quality, provide memorable experiences to consumers, and continue to maintain product quality.

**Keywords:** service quality, experiential marketing, product quality, customer loyalty, customer satisfaction.