

**PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *CUSTOMER*
BEHAVIORAL INTENTION MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA
PENGUNJUNG SUROBOYO
CARNIVAL PARK**



**OLEH:
BRENDA SAVIO
3103015025**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *CUSTOMER
BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA
PENGUNJUNG SUROBOYO
CARNIVAL PARK**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

BRENDA SAVIO

3103015025

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

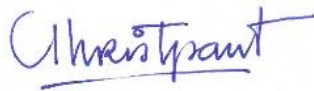
SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENCE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PENGUNJUNG SUROBOYO
CARNIVAL PARK

Oleh:
BRENDA SAVIO
3103015025

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: 09.1.2019

Pembimbing II,

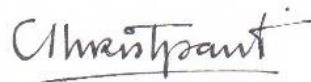


Robertus Sigit H. L., SE., M.SC.
NIK. 311.11.0678
Tanggal: 11/1/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Brenda Savio dengan NRP 3103015025
Telah diuji pada Tanggal 24 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



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

NIK. 311.89.0163

Mengetahui,

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Brenda Savio

NRP : 3103015025

Judul Skripsi : Pengaruh *Experience Quality* dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Behavioral Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pengunjung Suroboyo Carnival Park

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, 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 Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 15 Januari 2019

Yang menyatakan



(Brenda Savio)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experience Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengunjung Suroboyo Carnival Park”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. C Erna Susilowati, M.Si. selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa studi.
5. Ibu Dr. Fenika Wulani, M.Si selaku koordinator Pusat Lab Riset Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.

7. Papa, Mama dan segenap keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Leonardo Evan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
9. Keluarga Besar Pusat Lab Riset Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Ko Dicky, Ko Yoseph, Rosa, Michelle, Stanley, Natalia, Lisa, Endang, Fico) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2015.
11. Teman-teman seperjuangan yang saling *support* Cecilia, Olivia, Axel, Alvin BP, Alvin Opa, Andreas, Donny, Juvelin.
12. Teman-teman yang selalu mendukung Vania, Yohana, Harky, Edgar, Luisa, Emon dalam menyelesaikan tugas akhir.
13. Teman-teman satu bimbingan skripsi yang saling mendukung Nanda, Pratiwi, Zerlina, Hanna, Meylan, Kelvin, Hendra, Henry, Fransisca, Rangga.
14. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukan.

Surabaya, 20 Desember 2018

Penulis,

Brenda Savio

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Experience Quality</i>	8
2.1.2 <i>Perceived Value</i>	10
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.4 <i>Customer Behavioral Intention</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Pengaruh <i>Experience Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	20
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i>	20
2.3.4 Pengaruh <i>Experience Quality</i> terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.4 Model Penelitian	22
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	24
3.2.1 Variabel Eksogen	24
3.2.1.1 <i>Experience Quality</i>	24
3.2.1.2 <i>Perceived Value</i>	25
3.2.2 Variabel Intervening.....	25

3.2.2.1	<i>Customer Satisfaction</i>	25
3.2.3	Variabel Endogen.....	25
3.2.3.1	<i>Customer Behavioral Intention</i>	25
3.2.4	Pengukuran Variabel.....	26
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.4	Metode Pengumpulan Data	26
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	27
3.6	Analisis Data	28
3.6.1	Uji Data	28
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1	Usia	31
4.1.2	Domisili.....	31
4.1.3	Pernah Berkunjung dalam 6 Bulan Terakhir.....	32
4.2	Deskripsi Data.....	32
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Experience Quality</i>	33
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	34
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	34
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i>	35
4.3	Hasil Analisis Data.....	36
4.3.1	Uji Normalitas	36
4.3.2	Uji Validitas	37
4.3.3	Uji Reliabilitas	38
4.3.4	Uji Kecocokan Model Keseluruhan	39
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural	40
4.3.6	Uji Hipotesis	41
4.4	Pembahasan.....	42
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1	Simpulan	47
5.2	Keterbatasan	48
5.3	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengeluaran per Kapita Kota di Jawa Timur Tahun 2012-2016.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di kota Batu Tahun 2016	2
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	19
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung dalam 6 Bulan Terakhir	32
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Setiap Variabel	32
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experience Quality</i>	33
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	34
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	34
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i>	35
Tabel 4.9 <i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>	36
Tabel 4.10 <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i>	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.13 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	39
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kuesioner
2. Lampiran 2 : Karakteristik Responden
3. Lampiran 3a : Jawaban Responden Tentang Variabel *Experience Quality*
4. Lampiran 3b : Jawaban Responden Tentang Variabel *Peceived Value*
5. Lampiran 3c : Jawaban Responden Tentang Variabel *Customer Satisfaction*
6. Lampiran 3d : Jawaban Responden Tentang Variabel *Customer Behavioral Intention*
7. Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden
8. Lampiran 5 : Uji Normalitas
9. Lampiran 6 : Output SEM
10. Lampiran 7a : Path Diagram *Estimates*
11. Lampiran 7b : Path Diagram *T-value*
12. Lampiran 7c : Path Diagram *Standardized Solution*
13. Lampiran 8 : Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *experience quality* dan *perceived value* terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction* pada pengunjung Suroboyo Carnival Park.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu pengunjung Suroboyo Carnival Park. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *experience quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention*, *experience quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction*, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction*.

Saran praktis bagi variabel *experience quality* yaitu menonjolkan konsep taman bermain yang sesuai ciri khas Suroboyo Carnival Park. Bagi variabel *perceived value* yaitu melakukan pengecekan secara berkala atas wahana yang ada. Bagi variabel *customer satisfaction* yaitu menyediakan fasilitas tempat duduk dan tempat makan yang memadai. Bagi *customer behavioral intention* yaitu memberikan penawaran *event-event*. Sedangkan untuk saran akademis agar para peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan *customer behavioral intention* serta dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

Kata Kunci: *Experience Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Behavioral Intention.*

**THE EFFECT OF EXPERIENCE QUALITY AND PERCEIVED VALUE
ON CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION THROUGH
CUSTOMER SATISFACTION ON SUROBOYO
CARNIVAL PARK VISITOR**

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of experience quality and perceived value on customer behavioral intention through customer satisfaction on visitors to Suroboyo Carnival Park.

The sampling technique used is non probability sampling by purposive sampling. The sample used is 150 respondents, namely visitors to Suroboyo Carnival Park. The data collection tool used is a questionnaire. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling using the LISREL program.

The results of this study prove that experience quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer behavioral intention, experience quality has a positive and significant effect on customer behavioral intention through customer satisfaction, perceived value has a positive and significant effect on customer behavioral intention through customer satisfaction.

Practical advice for experience quality variables is to highlight the concept of a playground that matches the characteristics of Suroboyo Carnival Park. For perceived value variables, namely checking regularly on existing vehicles. For the customer satisfaction variable, namely providing adequate seating and dining facilities. For customer behavioral intention, which is to offer event offers. While for academic advice, the researchers can then consider other variables related to customer behavioral intention and can get better results.

Keywords: *Experience Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Behavioral Intention.*