

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *BEHAVIORAL*
INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA THE PEOPLE'S CAFE TUNJUNGAN
PLAZA DI SURABAYA**



OLEH:
FRANSISCA
3103015152

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

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA THE PEOPLE'S CAFE
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
FRANSISCA
3103015152

JURUSAN MANAJEMEN
FAKUTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

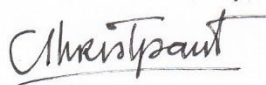
SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA THE PEOPLE'S CAFE
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA

Oleh:
FRANSISCA
3103015152

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: 15.1.2019

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

NIK. 311.95.0230

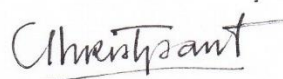
Tanggal: 15-1-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Fransisca NRP 3103015152

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

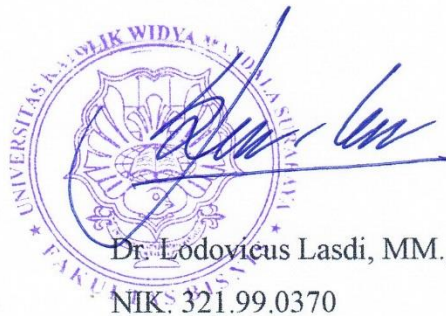


Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

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 di bawah ini:

Nama : Fransisca

NRP : 3103015152

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Behavioral Inetention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada The People'S Cafe Tunjungan Plaza di Surabaya

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



(Fransisca)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* Pada The People’s Cafe Tunjungan Plaza di Surabaya” ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sepanjang pengerjaan hingga penyelesaian tugas akhir ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik yang secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., 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 dan Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan seluruh ilmu dan pengetahuan semasa penulis kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah mendoakan serta memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
7. Seluruh sahabat saya selama masa perkuliahan, Fidela Mandasari, Dewandra Vidi, Dwi Rustiana, Melinda Putri, Jelita Kaeng, Dosi Octavia, dan Tommi

Setiawan yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Sahabat-sahabat saya Janice Swandoko, Angelina Alice, Jennifer Desideria, Yohana Nathania, Asri Dewanti, Debby Abtiwi, Ribka Novilia, dan Juan Ricardo yang selalu menemani saya menyelesaikan karya ini.
9. Teman-teman satu bimbingan saya, Brenda, Hanna, Meylan, Hendra, Henry, Kelvin, Rangga, Donny, Veronica, dan Lidya yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan karya ini dengan baik.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Surabaya, 2019

Penulis

Fransisca

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
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	7
2.1.2 <i>Service Quality</i>	9
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Behavioral Intention</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 <i>Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction</i> ...	17
2.3.2 <i>Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction</i>	18
2.3.3 <i>Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Behavioral Intention</i>	18

2.3.4	<i>Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction</i>	19
2.3.5	<i>Pengaruh Service Quality Terhadap Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction</i>	19
2.4	Rerangka Penelitian	20
BAB 3.	METODE PENELITIAN	21
3.1	Desain Penelitian.....	21
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	21
3.2.1	<i>Identifikasi Variabel</i>	21
3.2.2	<i>Definisi Operasional Variabel</i>	21
3.2.3	<i>Pengukuran Variabel</i>	23
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.6	Analisis Data	25
3.6.1	<i>Uji Validitas</i>	25
3.6.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	26
3.6.3	<i>Uji Normalitas</i>	26
3.6.4	<i>Uji Kecocokan Keseluruhan Model</i>	27
3.6.5	<i>Uji Kecocokan Model Struktural</i>	28
3.6.6	<i>Uji Hipotesis</i>	28
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2	Deskripsi Data.....	30
4.3	Hasil Analisis Data.....	36
4.3.1	<i>Uji Normalitas</i>	36
4.3.2	<i>Uji Validitas</i>	38
4.3.3	<i>Uji Reliabilitas</i>	39
4.3.4	<i>Uji Kecocokan Model Struktural</i>	42
4.3.5	<i>Uji Kecocokan Keseluruhan Model</i>	43
4.3.6	<i>Uji Hipotesis Penelitian</i>	43
4.4	Pembahasan.....	45
4.4.1	<i>Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction</i>	45

4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	46
4.4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing Terhadap Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction</i>	47
4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality Terhadap Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction</i>	48
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	49
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 <i>Saran Akademis</i>	50
5.3.2 <i>Saran Praktis</i>	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Restoran di Surabaya	1
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Tabel Usia	29
Tabel 4.2 Tabel Domisili	29
Tabel 4.3 Tabel Pernah Makan dan Minum di The People's Cafe Tunjungan Plaza Surabaya	30
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Skor.....	31
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	31
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i>	33
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	34
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Behavioral Intention</i>	35
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	36
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> EM	39
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> SQ	40
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> CS	41
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> BI	42
Tabel 4.16 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	43
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden tentang *Experiential Marketing*
- Lampiran 3b. Jawaban Responden tentang *Service Quality*
- Lampiran 3c. Jawaban Responden tentang *Customer Satisfaction*
- Lampiran 3c. Jawaban Responden tentang *Behavioral Intention*
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Uji SEM
- Lampiran 9. Path Diagram Estimates
- Lampiran 10. Path Diagram Standarized Solution
- Lampiran 11. Path Diagram T-Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction* pada The People's Cafe Tunjungan Plaza di Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kausal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 200 responden yang merupakan pelanggan The People's Cafe Tunjungan Plaza. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction* pada The People's Cafe Tunjungan Plaza di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti memberi saran kepada pihak manajemen The People's Cafe Tunjungan Plaza agar lebih memperhatikan aspek *experiential marketing* dan *service quality* agar pelanggan dapat merasa puas dan melakukan pembelian kembali di masa depan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intention.*

The Effect of Experiential Marketing and Service Quality to Behavioral Intention through Customer Satisfaction at The People's Cafe Tunjungan Plaza in Surabaya

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of experiential marketing and service quality to behavioral intention through customer satisfaction at The People's Cafe Tunjungan Plaza in Surabaya. This research is a causal research. The sample used in this research is 200 respondents who were The People's Cafe Tunjungan Plaza customers. The data collection tool used is questionnaire. The data analysis techniques used is Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL program.

The result of this research shows that experiential marketing has significant effect to customer satisfaction, service quality has significant effect to customer satisfaction, customer satisfaction has significant effect to behavioral intention, experiential marketing has significant effect to behavioral intention through customer satisfaction, service quality has significant effect to behavioral intention through customer satisfaction at The People's Cafe Tunjungan Plaza in Surabaya.

Based on the research, the researchers gives suggestions to the management of The People's Cafe Tunjungan Plaza to pay more attention to the experiential marketing and service quality aspect to make the customers satisfied and make another purchase in the future.

Keywords: *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intention.*