

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA CARPENTIER
KITCHEN DI SURABAYA**



**OLEH :
SANDY IMANUEL PRAYOGA
3103016246**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA CARPENTIER
KITCHEN DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

SANDY IMANUEL PRAYOGA

3103016246

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA CARPENTIER KITCHEN DI SURABAYA

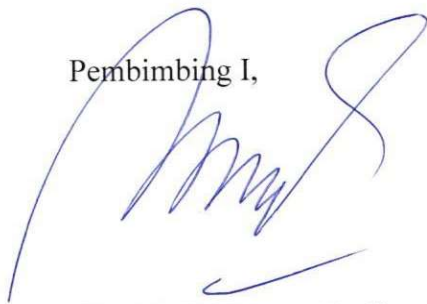
Oleh:

SANDY IMANUEL PRAYOGA

3103016246

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi MS.)

NIDN. 0001065703

Tanggal: **07-01-2020**

Pembimbing II,



(Yuliasti Ika Handayani, S.E., MM)

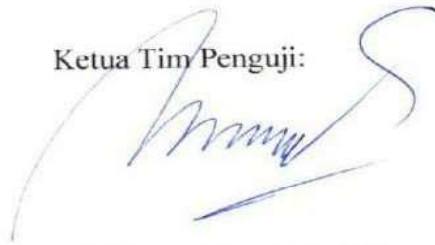
NIDN. 0717079004

Tanggal: **07-01-2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Sandy Imanuel Prayoga NRP 3103016246
Telah diuji pada tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi MS.
NIDN. 0001065703

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi MM., Ak., CA., CPA
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE. Msc.
NIDN: 0703087902

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 : Sandy Imanuel Prayoga

NRP : 3103016246

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality*
Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pada
Carpentier Kitchen Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini adalah *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,



(Sandy Imanuel Prayoga)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Carpentier Kitchen Surabaya”, bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, 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 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dra. Ec., Sri Yunan Budiarsi MS. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Yulianti Ika Handayani, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga saya yang selalu berdoa yang terbaik untuk saya, mendukung, dan memberikan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
7. Teman-teman dari VIP Class Community (Jeremy, Charlie, Kevin, Patrick) yang telah

memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman – teman yang selalu membantu saya dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi ini (Chyntia, Agnes, Ferlin, Daniel Kevin, Supriyanto, Irwan).
9. Teman – teman Student Staff beserta seluruh staff Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Ibu Siska, Ibu Karin, Ibu Krena, Ibu Dewi, Ibu Felly, Ibu Firly, Bapak Wanda, Hendro, Ester, Mella, Evelyn, Angel, Kenny, Dinda, Agnes) yang memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya,
Penulis,

Sandy Imanuel Prayoga

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.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematikan Penulisan Skripsi	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2 <i>Service Quality</i>	13
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	22
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	23
2.3.4 <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.3.5 <i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	24
2.4 Model Penelitian.....	25
BAB 3. METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	27

3.2.1	Identifikasi Variabel	27
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	27
3.2.3	Pengukuran Variabel	31
3.3	Jenis dan Sumber Data	32
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.5	Populasi, Sample, dan Teknik Penyampelan.....	32
3.6	Analisis Data	33
3.6.1	Uji Validitas.....	34
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3	Uji Normalitas	35
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	35
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	37
3.6.6	Uji Hipotesis.....	37
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1.1	Karakteristik Responden.....	38
4.1.1.2	Jenis Kelamin.....	38
4.1.1.3	Usia	39
4.1.1.4	Pekerjaan.....	39
4.1.1.5	Domisili	40
4.1.1.6	Pernah makan dan minum minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir di Carpentier Kitchen di Surabaya	40
4.2	Deskripsi Data	41
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	42
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	43
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	44
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	45
4.3	Hasil Analisis Data	45
4.3.1	Uji Normalitas	45
4.3.2	Uji Validitas.....	47
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	49
4.3.4	Uji Keseluruhan Model	51
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	52
4.3.6	Uji Hipotesis Penelitian.....	53
4.4	Pembahasan.....	54
4.4.1	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Carpentier Kitchen	54
4.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> pada Carpentier Kitchen.....	55
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Carpentier Kitchen	56
4.4.4	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Carpentier Kitchen	56

4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Carpentier Kitchen Surabaya.....	57
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	58
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Keterbatasan	59
5.3 Saran.....	59
5.3.1 Saran Akademis.....	59
5.3.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	21
Tabel 3.1 <i>Goodness -of Fit Indices</i>	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden... ..	38
Tabel 4.2 Usia Responden.....	39
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	39
Tabel 4.4 Domisili Responden... ..	40
Tabel 4.5 Pernah makan dan minum minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir di Carpentier Kitchen Surabaya.....	40
Tabel 4.6 Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel... ..	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	42
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	45
Tabel 4.11 Pengujian <i>Univariate Normality</i>	46
Tabel 4.12 Pengujian <i>Multivariate Normality</i>	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas... ..	48
Tabel 4.14 <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	49
Tabel 4.15 <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	40

Tabel 4.16 <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	50
Tabel 4.17 <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i>	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.19 Uji Kecocokan Model.....	51
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25

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 3d. Jawaban Responden tentang *Customer Loyalty*

Lampiran 4. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. Uji Normalitas

Lampiran 6. Uji SEM

Lampiran 7. Path Diagram

Lampiran 8. Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *experiential marketing* dan *service quality* dapat mempengaruhi secara langsung variable *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Objek penelitian adalah pelanggan Carpentier Kitchen Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Carpentier Kitchen Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan *software* LISREL.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* dan *service quality* berpengaruh secara langsung terhadap *customer satisfaction* yang berarti bahwa dengan memberikan pengalaman yang positif, maka pelanggan dapat merasa puas, begitu juga dengan pengaruh langsung *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*, yang berarti ketika pelanggan diberikan pengalaman yang berkesan maka pelanggan tersebut akan loyal. Sedangkan variable *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, yang berarti diperlukan factor – faktor lain ataupun variable mediasi untuk menghubungkan *service quality* dengan *customer loyalty*.

Kata kunci: *experiential marketing*, *service quality*, *customer satisfaction*,
customer loyalty

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION AND CUSTOMER
LOYALTY IN CARPENTIER
KITCHEN SURABAYA.**

ABSTRACT

This research aims to examine whether experiential marketing and service quality can directly affect customer satisfaction and customer loyalty variables. The object of this research is the customers of Carpentier Kitchen Surabaya. The research sample used in this study were 150 samples with a purposive sampling technique. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to Carpentier Kitchen Surabaya customers. The data analysis technique used is using SEM with LISREL software.

The results showed that experiential marketing and service quality directly influence customer satisfaction which means that by providing a positive experience, customers can feel satisfied, as well as the direct influence of experiential marketing on customer loyalty, which means that when customers are given a memorable experience then these customers will be loyal. While the relationship between service quality and customer loyalty has a positive but not significant effect, which means other factors or mediating variables are needed to connect service quality with customer loyalty.

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