

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *CUSTOMER*
AFFECTION DAN *CUSTOMER COGNITION* PADA KONSUMEN
TOKO KETTLER
DI SURABAYA**



OLEH :

SAMUEL KRISTANTO TJANDRA

3103010157

**FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *CUSTOMER*
AFFECTION DAN *CUSTOMER COGNITION* PADA KONSUMEN
TOKO KETTLER
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

Untuk memenuhi sebagian prasyarat

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemenn

OLEH :

Samuel Kristanto Tjandra

3103010157

FAKULTAS BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *CUSTOMER*
AFFECTION DAN *CUSTOMER COGNITION* PADA KONSUMEN
TOKO KETTLER**

DI SURABAYA

Oleh:

Samuel Kristanto Tjandra

3103010157

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Pembimbing II,



Drs. Ec. C. Martono, M.Si., CFP

Drs. Ec. C. Martono, M.Si., CFP

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Samuel Kristanto Tjandra NRP: 3103010157
Telah diuji pada tanggal..... dan dinyatakan lulus oleh
Tim penguji

Ketua Tim penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Mengatahui

Dekan,



Dekan,
Dr. Edoevius Lasdi, MM
NIK.532139.0370

Ketua Jurusan,



Ketua Jurusan,
Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Samuel Kristanto Tjandra

NRP : 3103010157

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya;

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *CUSTOMER AFFECTION* DAN
CUSTOMER COGNITION PADA KONSUMEN TOKO KETTLER
DI SURABAYA

Untuk 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 persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 juni 2014

Yang Menyatakan,



Samuel Kristanto Tjandra

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Customer Experience Management* Terhadap *Customer Satisfaction* Melalui *Customer Affection* dan *Customer Cognition* pada konsumen toko Kettler di Surabaya”. Skripsi ini 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 tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE ,M.SI Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Drs. Ec. C. Martono, M.Si., CFP sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, juni 2014

Samuel Kristanto Tjandra

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.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Skripsi.....	10
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.4. Model Penelitian.....	21

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Identifikasi Variabel.....	23
3.3. Definisi Operasional.....	24
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	26
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	26
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel...	27
3.8. Teknik Analisis Data.....	28
BAB 4. PEMBAHASAN.....	35
4.1. Karakteristik Responden.....	35
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
4.3. Uji Asumsi SEM.....	42
4.4. Persamaan Struktural.....	47
4.5. Pengujian Hipotesis.....	48
4.6. Uji Keseluruhan Model.....	50
4.7. Pembahasan.....	51
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran.....	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top brand award 2012.....	4
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	34
Tabel 4.1. Usia.....	35
Tabel 4.2. Berdomisili di Surabaya.....	36
Tabel 4.3. Membeli di toko Kettler dan menggunakan produk Kettler.....	36
Tabel 4.4. Interval Rata - Rata Skor.....	38
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Experience Management</i>	39
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Affection</i>	40
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Cognition</i>	41
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ...	42
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	43
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	44
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis.....	48
Tabel 4.14. <i>Goodness of Fit</i>	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kesadaran Hidup Sehat dan Faktor Pendukungnya.....	2
Gambar 2.1. Model penelitian.....	20
Gambar 4.1. Pengeluaran konsumen toko Kettler.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 . Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Output Lisrel
- Lampiran 9. Gambar Standardized
- Lampiran 10. Gambar T-Value
- Lampiran 11. Gambar Estimates

ABSTRAK

Perusahaan jasa pembangunan yang bergerak dalam penyediaan pusat kebugaran telah meningkatkan dampak dari penjualan peralatan olahraga, hal itu juga didukung kebutuhan pasar untuk berolahraga. Toko Kettler sebagai layanan penjual peralatan olahraga harus bersaing dengan kompetitor. Customer Experience Management merupakan upaya untuk menjawab kebutuhan untuk melihat bisnis dari perspektif pelanggan. Fokusnya adalah untuk memahami pengalaman konsumen seberapa efektif dan efisien karena dapat memberikan keunggulan kompetitif. Kami membahas pentingnya manajemen pengalaman pelanggan, afeksi konsumen, kognisi konsumen dan kepuasan konsumen.

penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Jenis metode yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan adalah 207 orang konsumen toko Kettler di Surabaya konsumen. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah model persamaan struktural dengan menggunakan program LISREL. Temuan menjelaskan bahwa pengalaman konsumen perlu ditingkatkan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pentingnya melakukan perencanaan dan koordinasi untuk semua sumber daya yang tersedia berdasarkan untuk menciptakan pengalaman konsumen sehingga kepuasan dapat diciptakan. Afeksi dan kognisi konsumen menjadi variabel intervening yang dapat memperkuat manajemen pengalaman konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen. Proses berpikir dan perasaan adalah pertimbangan untuk menentukan sesuai dengan harapan konsumen. Respon afeksi dan kognisi konsumen memiliki perenanan untuk membentuk kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Development services company engaged in the provision of fitness centers has increased the impact of the sale of sports equipment, it also supported the need to exercise market. Kettler store as service seller of sports equipment has to compete with competitors. Customer Experience Management is an attempt to answer the need to look at the business from the customer's perspective. The focus is to understand the consumer experience how effective and efficient as it can provide a competitive advantage. We discuss the importance of customer experience management, customer affection, customer cognition, customer satisfaction.

Used in this study are conclusive studies on experimental studies or causal research. Sampling technique used was non-probability sampling. This type of method used was purposive sampling. The samples used were 207 people in Surabaya Kettler store consumers. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is structural equation model using LISREL program. Findings explain that the customer experience needs to be improved management to affect customer satisfaction. Result of need to do the planning and coordination for all available resources based in order to store customer experience can be created resulting in satisfaction. Affection and cognition of consumers becomes an intervening variable that can strengthen the customer experience management affect consumer satisfaction. process of thinking and feeling is a consideration for determining line with expectations. Response affection and cognition consumers need to have a role in this form of customer satisfaction

Kata kunci: *Customer Experience Management, Customer Affection, Customer Cognition, Customer Satisfaction.*