

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA KEBUN BINATANG SURABAYA**



OLEH :

JAMES ANDRIAN KIRIYAMA

3103016169

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2022

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA KEBUN BINATANG SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

JAMES ANDRIAN KIRIYAMA

3103016169

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA KEBUN BINATANG SURABAYA**

Oleh :

JAMES ANDRIAN KIRIYAMA

NRP: 3103016169

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM.)

NIDN. 0703088602

Tanggal:

Pembimbing II,



(Visi Saujaningati Kristyanto, SE., ME.)

NIDN. 0718039402

Tanggal:

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: James Andrian Kiriya NRP: 3103016169

Telah diuji pada tanggal 6 Januari 2023 dan dinyatakan Lulus oleh

Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



(Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.)

NIDN: 0001065703

Mengetahui:

Dekan



(Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPA.)

NIDN: 0718108506

Ketua Jurusan



(Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.)

NIDN: 0701079401

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : James Andrian

NRP : 3103016169

Judul Skripsi : *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY* PADA KEBUN BINATANG 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.

Batu, 23 November 2022



James Andrian Kiriama

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala, kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga tugas akhir ini berhasil diselesaikan tepat waktu. Penulisan Tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada kebun binatang Surabaya”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPMA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Visi Saujaningati Kristyanto, SE., ME selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Semua Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Terima Kasih kepada orang tua, dan keluarga saya yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Teman-teman yang telah ikut memberikan bantuan dan dukungan selama penulisan skripsi
9. Teman-teman kuliah yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini (Aldo, Stefanny, dan Michael).

10. Asisten Lab Riset Bisnis yang telah memberikan pengetahuan serta bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman satu bimbingan skripsi, yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis selama proses pengerjaan hingga dapat selesai dengan baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih ada kekurangan. Oleh sebab 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.

Batu, 23 November 2022

Penulis,

James Andrian

## 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 .....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
ABSTRAK.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
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
2.1.1 <i>Customer Satisfaction</i> .....	11
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Model Penelitian.....	14
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	16
2.4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	16
2.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Identifikasi Variabel.....	18
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.5 Pengukuran Variabel.....	23
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyempelan.....	24
3.6.1 Populasi.....	24
3.6.2 Sampel.....	24

3.6.3 Teknik Sampling	24
3.8 Teknik Analisis Data	25
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.2 Karakteristik Responden	26
4.2.1 Usia	27
4.2.2 Pernah Berkunjung	27
4.2.3 Domisili di Surabaya	28
4.3 Deskripsi Data	28
4.3.1 Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	29
4.3.2 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i>	30
4.3.3 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	32
4.3.4 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	33
4.4 Hasil Analisis Data	34
4.4.1 Uji Normalitas	34
4.4.2 Uji Validitas	36
4.4.3 Uji Reliabilitas	38
4.4.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	39
4.4.5 Uji Kecocokan Model Struktural	40
4.4.6 Uji Hipotesis	41
4.5 Pembahasan	43
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN	47

5.1 Simpulan.....	47
5.2 Keterbatasan.....	48
5.3 Saran.....	48
5.3.1 Saran Akademis.....	48
5.3.2 Saran Praktis.....	48

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Berkunjung.....	27
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili.....	27
Tabel 4.4 Kriteria Skor Variabel.....	28
Tabel 4.5 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	29
Tabel 4.6 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Service Quality</i> .....	30
Tabel 4.7 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	32
Tabel 4.8 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	32
Tabel 4.9 Tabel <i>Univariate Normality</i> .....	34
Tabel 4.10 Tabel <i>Multivariate Normality</i> .....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.13 Hasil Kecocokan Keseluruhan Model.....	38
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Secara Langsung.....	40

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Dalam Negeri.....	1
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	15

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Data Hasil Penelitian.....	55
Lampiran 2 Hasil Analisis Deskriptif.....	61
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas.....	73
Lampiran 4 Hasil Analisis SEM.....	79
Lampiran 5 Kuesioner.....	89

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada kebun binatang di Surabaya. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 sampel. Persyaratan menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang pernah berkunjung kebun binatang Surabaya serta berusia setidaknya 17 tahun. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis SEM dengan program LISREL. Dari hasil kuisisioner yang dilakukan, ditemukan bahwa variabel *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*, *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Saran untuk pengelolaan *service quality* pada kebun binatang Surabaya agar lebih diperhatikan dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan lingkungan kandang maupun area pengunjung. Selain itu untuk meningkatkan *service quality* juga dapat dilakukan dengan meningkatkan sistem layanan yang baik dan responsif baik secara *digital* maupun *non digital* sehingga pelanggan akan puas dan menjadikan pelanggan *loyal*.

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

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER  
LOYALTY IN SURABAYA ZOO**

**ABSTRACT**

This research was conducted to analyze the effect of experiential marketing and service quality on customer satisfaction and customer loyalty at zoos in Surabaya. The sampling technique used was non-probability sampling by means of purposive sampling. The number of samples used in this study was 200 samples. The requirements to be a respondent in this study were respondents who had visited the Surabaya Zoo and were at least 17 years old. Data was collected using an online questionnaire using the Google form. The data analysis technique used in this study is SEM analysis using the LISREL program. From the results of the questionnaire conducted, it was found that the experiential marketing variable had a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty, experiential marketing had a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has no positive and significant effect on customer loyalty. Suggestions for the management of service quality at the Surabaya Zoo to pay more attention in increasing customer satisfaction. This can be done by maintaining the cleanliness of the cage environment and the visitor area. Apart from that, improving service quality can also be done by improving a good and responsive service system both digitally and non-digitally so that customers will be satisfied and make customers loyal.

**Keywords:** *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*