

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER TRUST* MELALUI *PERCEIVED VALUE*
PADA BATIK AIR DI SURABAYA



OLEH :

FLORENTINA LIDYA MANUKULE

3103016149

FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2023

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY
TERHADAP CUSTOMER TRUST MELALUI PERCEIVED VALUE
PADA BATIK AIR DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

FLORENTINA LIDYA MANUKULE

3103016149

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY
TERHADAP CUSTOMER TRUST MELALUI PERCEIVED VALUE PADA
BATIK AIR DI SURABAYA

OLEH :

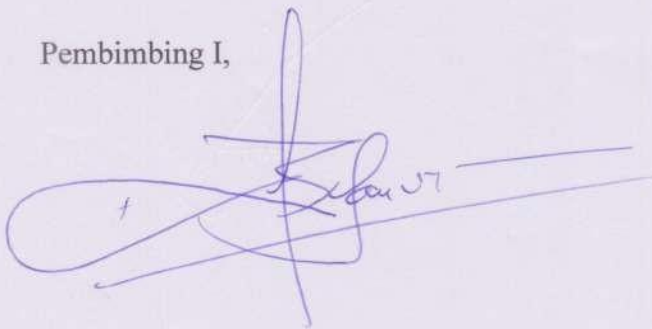
FLORENTINA LIDYA MANUKULE

3103016149

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si

Pembimbing II,

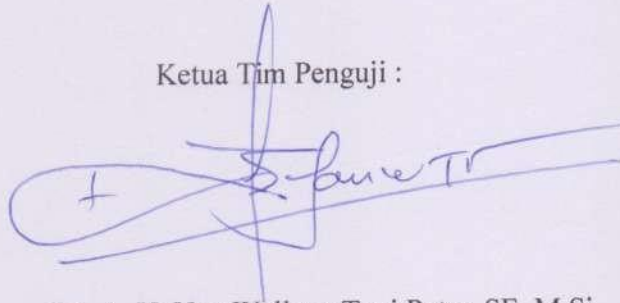


Maria Mia Kristanti, SE., MM.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Florentina Lidya Manukule dengan NRP: 3103016149 telah diuji pada tanggal 19 juni 2023 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji :



Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE.,M.Si

NIDN. 0721017201

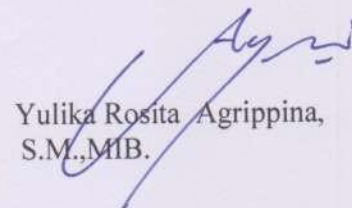
Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Hendra Wijaya, MM.,CPMA.,CFP.,QWP.

NIDN. 0718108506



Yulika Rosita Agrippina,
S.M.,MIB.

NIDN. 0701079401

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

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Florentina Lidya Manukule

NRP : 3103016149

Judul Skripsi : Pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap *customer trust* melalui *perceived value* pada Batik Air di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah **ASLI** karya tulisan saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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,

Yang Menyatakan



(Florentina Lidya Manukule)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahma, serta penyertaan-Nya selama pengerjaan tugas akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Trust melalui Perceived Value pada Batik Air di Surabaya”. Penulisan tugas akhir 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 tidak langaung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hendra Wijaya, MM.,CPMA.,CFP.,QWP. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, SM., MIB selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE.,M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Maria Mia Kristanti, 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 besar Manukule dan Peninaen, khususnya Papa Daniel Manukule, Mama Vinsensia Regina, Saudari Maria Kristanti Manukule, Doryn Yo dan Maria Imaculata Maristin Manukule, Saudara Irwanto

Manukule, Herwin Chandra Milla dan Elia Ludji Mone, ponakan Ecel, Cia, Gerard, Raynand, Emily, Zion, Gevariel yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini tepat waktu.

7. Teman-teman saya (Nona, Nindy, Mey, Tikha, Vivhy Theana, Cindy Wuwur, Fanessa dan Jovanka) yang telah memberikan semangat serta dukungan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh Responden yang telah meluangkan waktu dan pikiran mereka untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

Semoga Tuhan yang maha kuasa senantiasa melimpahkan rahmatNya kepada kita semua dan juga penulis menyadari bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritikan yang membangun senantiasa di harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peniliti serta pembaca guna menambah pengetahuan.

Surabaya, Juni 2023

Penulis,

Florentina Lidya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan hipotesis.....	16
2.4 Model Penelitian	21

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi, Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	27

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Deskripsi Data	31
4.3 Hasil Analisis Data.....	39
4.4 Pembahasan.....	46

BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	51
5.2 Keterbatasan	53
5.3 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Awards 2020-2022	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	15
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Seluruh Model	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Domisili	34
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Naik Batik Air	34
Tabel 4.6 Interval Penilaian	35
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	37
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	38
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	39
Tabel 4.11 Tabel <i>Univariate Normality</i>	40
Tabel 4.12 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	42
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.15 Uji Kecocokan Model Struktural	44
Tabel 4.16 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	46
Tabel 4.17 Uji Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4 Model Penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3a. Jawaban Responden pada Variabel *Experiential Marketing*

Lampiran 3b. Jawaban Responden pada Variabel *Service Quality*

Lampiran 3c. Jawaban Responden pada Variabel *Perceived Value*

Lampiran 3d. Jawaban Responden pada Variabel *Customer Trust*

Lampiran 4. Uji Normalitas

Lampiran 5. Output SEM

Lampiran 6a. *Path Diagram (Standardized Solution)*

Lampiran 6b. *Path Diagram (T-Values)*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masyarakat yang saat ini masih membutuhkan alat transportasi udara. Hal ini ditandai dengan banyaknya jasa penerbangan saat ini seperti Batik Air, Lion Air, Citilink, Garuda Indonesia, Air Asia dan sebagainya. Batik Air menjadi salah satu maskapai penerbangan yang menawarkan sistem *full service* (pelayanan penuh) yang diminati masyarakat, terbukti dengan Top Brand Index tahun 2020-2022 Batik Air menempati posisi keempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh experiential marketing dan *service quality* terhadap *customer trust* melalui *perceived value* sebagai variabel intervening. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengguna maskapai penerbangan Batik Air di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan program LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* ; *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* ; *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* ; *experiential marketing* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* melalui *perceived value*. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman dan kualitas layanan yang positif akan dipercaya oleh konsumen dan konsumen akan mendapat nilai yang dirasakan.

Kata kunci : *experiential marketing, service quality, perceived value, customer trust.*

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER TRUST THROUGH PERCEIVED
VALUE ON BATIK AIR IN SURABAYA**

ABSTRACT

This research is motivated by the people who currently still need air transportation. This is marked by the many current airline services such as Batik Air, Lion Air, Citilink, Garuda Indonesia, Air Asia and so on. Batik Air is one of the airlines that offers a full service system that is of interest to the public, as evidenced by the Top Brand Index for 2020-2022 Batik Air occupies fourth place. This study aims to determine the effect of experiential marketing and service quality on customer trust through perceived value as an intervening variable. The sample used in this study was 150 samples with a purposive sampling method. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires to users of the Batik Air airline in Surabaya. The data analysis technique used is SEM with the LISREL program. The results of this study indicate that experiential marketing has a positive and significant effect on perceived value; service quality has a positive and significant effect on perceived value; perceived value has a positive and significant effect on customer trust; experiential marketing and service quality have a positive and significant effect on customer trust through perceived value. This indicates that positive experience and service quality will be trusted by consumers will receive perceived value.

Keywords : *experiential marketing, service quality, perceived value, customer trust.*