

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* KAFE EXCELSO DI SURABAYA



OLEH:

ROSENDA PUSPITA SUTRASNEKA
3103011050

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE*
QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER*
LOYALTY KAFE EXCELSO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
ROSENDA PUSPITA SUTRASNEKA
3103011050

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE*
QUALITY TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* KAFE
EXCELSO DI SURABAYA**

Oleh:

Rosenda Puspita Sutrasneka

3103011050

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dra. Ec. M.G. Temengkol, M.M.

Tanggal: 3/3/2015

Dosen Pembimbing II,



Robertus Sigit H.L., S.E., M.Sc

Tanggal: 05 Maret 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Rosenda Puspita Sutrasneka NRP 3103011050
Telah diuji pada tanggal 23 Maret 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



F.N. Hendro Susanto, S.E., M.M

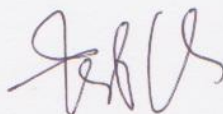
NIK. 311.99.0365

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M
NIK.321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si

NIK. 311.99.0369

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROSENDA PUSPITA SUTRASNEKA

NRP : 3103011050

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap
Customer Satisfaction dan *Customer Loyalty* Kafe Excelso Di
Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI dari karya tulis saya. Jika di masa mendatang, saya terbukti melakukan plagiat, saya siap menerima sanksi dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui karya tulis saya dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Maret 2015
Yang menyatakan,



Rosenda Puspita Sutrasneka

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kemurahan hati dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “ Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Kafe Excelso di Surabaya. Tujuan membuat tugas akhir untuk memenuhi sebagaimana persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama proses menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak-pihak yang membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, dengan segala kebaikan hati pihak-pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. M.G. Temengkol, M.M., selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Robertus Sigit H.L, S.E.,M.Sc, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.

5. Orang tua saya Bapak Tjahya Sutrasneka dan Ibu Judith Antonette, saudara saya Marshell Dhica Sutrasneka dan Yoga Firmandha Sutrasneka, dan seluruh keluarga besar atas dukungan yang telah diberikan.
6. Teman seperjuangan saya Hans Christian, Yosephine Tania, Anggie Yunita, Adrian Tanusetiadjie, David Susanto, Robby Gunawan, Maria Kudmas yang telah membantu mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman Monyet Lucu, Veronica Michelle, Zella Yolanda, Olivia Chaterine, Gita Gabriella, Silvia Sunur, Sugiarto Sentosa, Erick Novian, Stephen Chandra, Yeremias Surya, serta Tiffany C Diego, Devi Yanthi, Novia, Erma, Edwin Tanujaya dan Edo yang telah memberikan dukungan.
8. Semua sahabat di kampus, atau dimanapun kalian berada, terima kasih atas setiap kontribusi yang kalian berikan. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Maret 2015

Rosenda Pusita Sutrasneka

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 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 Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Experiential Marketing</i>	12
2.2.1.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	12
2.2.1.2 Unsur-unsur <i>Experiential Marketing</i>	13
2.2.1.3 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	15

2.2.1.4 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.1.5 <i>Experience Providers</i>	17
2.2.2 <i>Service Quality</i>	18
2.2.2.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	18
2.2.2.2 Dimensi <i>Service Quality</i>	19
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.3.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2.3.3 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	22
2.2.4.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	22
2.2.4.2 Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.4.3 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.5 Pengaruh Antar Variabel	
2.2.5.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.2.5.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	24
2.2.5.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	25
2.2.5.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.2.5.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	26
2.3 Model Penelitian	27
2.4 Hipotesis.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	29

3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Identifikasi Variabel.....	29
3.3 Definisi Operasional Variabel	29
1. <i>Experiential Marketing</i>	29
2. <i>Service Quality</i>	31
3. <i>Customer Satisfaction</i>	33
4. <i>Customer Loyalty</i>	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Pengukuran Variabel	34
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.8 Teknik Analisis Data	37
1. Prosedur Penerapan <i>Structural Equation Model</i>	37
2. Prosedur Pengujian SEM	39
a. Uji <i>degree of freedom</i>	39
b. Uji Normalitas.....	39
c. Uji Validitas	40
d. Uji Reliabilitas	40
e. Uji Kecocokan (<i>fit</i>) Model	41
f. Uji Hipotesis	42
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Karakteristik Responden	44
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
1. Statistik deskriptif variabel <i>Experiential Marketing</i>	50
2. Statistik deskriptif variabel <i>Service Quality</i>	52
3. Statistik deskriptif variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
4. Statistik deskriptif variabel <i>Customer Loyalty</i>	55

4.3 Uji Asumsi SEM.....	56
4.3.1 Uji Normalitas.....	56
4.3.2 Uji Validitas.....	59
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	62
4.3.4 Persamaan Struktural.....	63
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	65
4.3.6 Uji Keseluruhan Model	66
4.3.7 <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Kafe Excelso di Surabaya	67
4.3.8 <i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> pada Kafe Excelso di Surabaya	69
4.3.9 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Kafe Excelso di Surabaya ...	71
4.3.10 <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Kafe Excelso di Surabaya.	72
4.3.11 <i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Kafe Excelso di Surabaya.	74
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian 11
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan 47
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kafe yang paling sering dikunjungi 48
Tabel 4.7	Interval Rata-Rata Skor 50
Tabel 4.8.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .. 50
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> 52
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> 54
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> 55
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> 57
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> 59
Tabel 4.14	Uji Validitas 60
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas 63
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis 65
Tabel 4.17	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> 67

DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian27

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
4. Uji Normalitas
5. Output LISREL
6. Uji Reliabilitas
7. Output Gambar Estimates
8. Output Gambar Standardized Solution
9. Output Gambar T-Value

**PENGARUH ANTARA *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* KAFE
EXCELSO DI SURABAYA**

ABSTRAK

Di era modern ini, banyak pebisnis di Indonesia sudah menggunakan pendekatan *Experiential Marketing* karena pendekatan pemasaran ini dapat memberikan pengalaman dan kesan terhadap produk maupun jasa pada Kafe Excelso di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Kafe Excelso di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden pelanggan Kafe Excelso di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian ini menghasilkan penemuan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Experiential Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

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

**THE EFFECT OF THE EXPERIENTIAL MARKETING AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
AND CUSTOMER LOYALTY EXCELSO
CAFE IN SURABAYA**

ABSTRACT

In this modern era, many businessman in Indonesia are already using Experiential Marketing approach because this marketing approach can provide the experience and impression of the products and services on Excelso cafe in Surabaya. This study aimed to determine the effect of Experiential Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Surabaya Excelso cafe. In this study using causal research. The sampling technique using non probability sampling and purposive sampling. The sample used for the 150 respondents Excelso cafe customers in Surabaya. Data collection tool was a questionnaire. The data analysis technique used is Structural Equation Model using LISREL program. The results of this study led to the discovery that the Experiential Marketing significant positive effect on Customer Satisfaction, Service Quality significant positive effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction significant positive effect on customer loyalty, Experiential Marketing significant positive effect on customer loyalty, Service Quality significant positive effect on customer loyalty.

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