

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN PIZZA HUT DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA



OLEH :
JUWITA YULIANA KURNIAWAN
3103011155

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA RESTORAN PIZZA HUT DI TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

JUWITA YULIANA KURNIAWAN

3103011155

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA RESTORAN PIZZA HUT DI TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA**

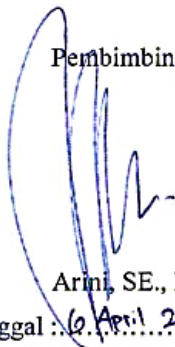
Oleh :

Juwita Yuliana Kurniawan

3103011155

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

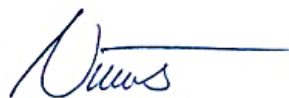
Pembimbing I,



Arini, SE., MM

Tanggal : 6 April 2015

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

Tanggal : 6 April 2015

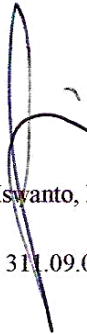
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : JUWITA YULIANA KURNIAWAN

NRP : 3103011155

Telah diuji pada tanggal 10 April 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

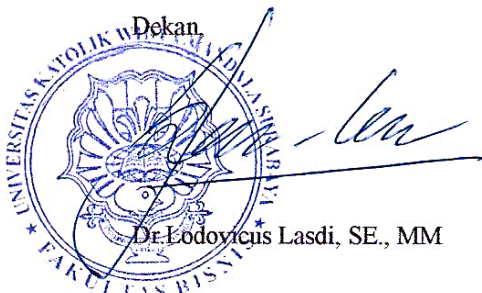


YB. Budi Iswanto, Ph.D., MA

NIK 311.09.0628

Mengetahui:

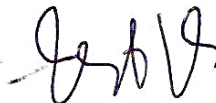
Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK 321. 99. 0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK 311.99. 0369

**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 : Juwita Yuliana Kurniawan

NRP : 3103011155

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality*,
terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Restoran
Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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.

Surabaya, 10 April 2015

Yang Menyatakan,



(Juwita Yuliana Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kasih Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction” dari proses awal hingga proses akhir penelitian ini. Selain itu ada pula tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan mulai dari waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Arini, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM., selaku dosen wali yang telah mendampingi penulis selama proses perkuliahan, serta membantu dalam membimbing dengan berbagai masukan yang penting dalam penyelesaian skripsi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Ibu Dr. Christina Esthi Susanti, MM., CPM (AP)., dan Ibu Maria M. Kristanti, SE., MM., Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
9. Terima kasih juga kepada keluarga tercinta, khususnya Papa, Mama, serta kakak tercinta Rita dan Shinta yang telah memberikan banyak *support* baik material dan moral serta tidak lupa untuk selalu mendoakan kelancaran dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman-teman kos di Blambangan 2 Surabaya Stevani Sonartio yang telah meluangkan waktu dan tempatnya dalam pengerjaan proposal hingga skripsi, serta tidak lupa juga pada teman yang bersedia menemani penulis hingga larut malam Suciutami yang telah banyak meluangkan waktunya dalam beberapa hal.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan positif kepada pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Dengan segala kekurangan serta pengalaman yang ada, penulis dapat menerima saran serta kritik guna membangun dari para pembaca dalam perbaikan penelitian ini pada masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan–kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, April 2015

Penulis

Juwita Yuliana Kurniawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 <i>Experiential Marketing</i>	9
2.2.2 <i>Service Quality</i>	11
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.2.3 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.3 Hubungan Antar Variabel	14
2.3.1 <i>Experiential Marketing dan Customer Satisfaction</i> ...	14
2.3.2 <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	14
2.3.3 <i>Customer Satisfaction dan Customer Loyalty</i>	15

2.3.4	<i>Experiential Marketing dan Customer Loyalty</i>	16
2.3.5	<i>Service Quality dan Customer Loyalty</i>	16
2.3.6	<i>Experiential Marketing dan Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.7	<i>Service Quality dan Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.4	Kerangka Konseptual Penelitian	18
2.5	Hipotesis	18
BAB 3.	METODE PENELITIAN	20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
3.3	Data dan Sumber Data	23
3.4	Alat dan Metode Pengumpulan Data	23
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.6	Analisis Data	25
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Karakteristik Obyek Penelitian	29
4.2	Deskripsi Data	31
4.3	Analisis Data	35
4.3.1	Uji Asumsi Normalitas	35
4.3.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	37
4.3.3	Uji Kecocokan Model Pengukuran	38
4.3.4	Uji Kecocokan Model Struktural	42
4.4	Pembahasan	44
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	52

5.2.1 Saran Akademis.....	52
5.2.2 Saran Praktis	52

Daftar Kepustakaan .

Lampiran.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	31
Tabel 4.6 Derajat Penilaian Setiap Variabel	31
Tabel 4.7 Analisis Deskripsi Variabel <i>Experiential Marketing</i>	32
Tabel 4.8 Analisis Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	33
Tabel 4.9 Analisis Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	34
Tabel 4.10 Analisis Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	36
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	36
Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.15 Reliabilitas <i>Experiential Marketing</i>	40
Tabel 4.16 Reliabilitas <i>Service Quality</i>	40
Tabel 4.17 Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 4.18 Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	41
Tabel 4.19 Kecocokan Model Struktural	42
Tabel 4.20 <i>Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Variable</i>	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	18

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner
- Lampiran 2. Data Identitas Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden Variabel *Experiential Marketing* dan
Service Quality
- Lampiran 3b. Jawaban Responden Variabel *Customer Satisfaction* dan
Customer Loyalty
- Lampiran 4. Identitas Responden
- Lampiran 5. Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output Teks
- Lampiran 8. Path Diagram

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN PIZZA HUT DI SURABAYA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* dan *service quality*, terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Restoran Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis yang disertai pengujian statistik. Variabel penelitian meliputi 2 variabel eksogen, 1 variabel intervening, dan 1 variabel endogen. Jumlah sampel penelitian sebanyak 150 sampel. Teknik analisis data menggunakan *structural equation modeling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction*, *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Serta hasil penelitian ini juga menunjukkan *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

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

THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT PIZZA HUT RESTAURANT IN TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of experiential marketing and service quality towards customer loyalty through customer satisfaction at Pizza Hut Restaurant in Tunjungan Plaza Surabaya. This study is accompanied by statistical testing hypotheses. The research variables include two exogenous variables, one intervening variable, and one endogenous variable. Total sample of 150 samples. Data were analyzed using structural equation modeling (SEM).

The results of this study indicate that there is a positive effect of experiential marketing to customer satisfaction, experiential marketing to customer loyalty, customer satisfaction to customer loyalty, service quality on customer satisfaction against. And the results of this study also showed a positive effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction.

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