

PENGARUH *SERVICE RECOVERY*, *EXPERIENTAL MARKETING* DAN

KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Hotel Sahid Gubeng Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh:

PRISCHA SYAPUTRI

NPM : 14420188

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PRISCHA SYAPUTRI

NPM : 14420188

Alamat: JL. PAKIS GUNUNG II NO 67 RT 17 RW 06,
SAWAHAN, SURABAYA

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH *SERVICE RECOVERY, EXPERIENTAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan pernyataan yang saya buat, dan terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dan akan menarik skripsi yang saya ajukan yang berarti gelar dan ijazah yang akan diberikan universitas batal saya terima.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya, 17 Juli 2018
Yang membuat Pernyataan,



(PRISCHA SYAPUTRI)

NPM : 14420188

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE RECOVERY*, *EXPERIENTAL MARKETING* DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Diajukan Oleh :

PRISCHA SYAPUTRI

NPM : 14420188

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Lestari, SE., M.M.

Tanggal, 13 Agustus 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah SE., M.Si.

Tanggal, 13 Agustus 2018

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE RECOVERY*, *EXPERIENTAL MARKETING* DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

PRISCHA SYAPUTRI

NPM : 14420188


Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Lestari SE., M.M.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dwi Indah Mustikorini, SE., M.M.



Drs. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal, 13 Agustus 2018



Dr. Siti Djamilah SE., M.Si.

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi dengan judul *PENGARUH SERVICE RECOVERY, EXPERIENTAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*, yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya telah berhasil diselesaikan. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta fasilitas dari beberapa pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-KL (K). Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Lestari, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang dengan tulus memberi bimbingan, motivasi, konsultasi, saran, solusi, dan persetujuan dalam proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Atty Erdiana, M.AK. Selaku Dosen Wali yang selalu membimbing dari semester awal hingga akhir.
5. Seluruh Staf dan Dosen Pengajar Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membekali ilmu selama masa perkuliahan.
6. Mama (Mulik Masrurun) dan Kakak (Kilat Syaputra) yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta dorongan dalam proses penyusunan skripsi.
7. Keluarga besar Huru – Hara, Error Squad, dan Manajemen kelas F angkatan 2014 yang selalu kompak dan saling mendukung dan membantu untuk segera menyelesaikan skripsi, serta Nur Ajib Karomah yang khususnya menemani bimbingan dan menemani perjuangan pengerjaan dari awal hingga akhir, dan untuk semua teman-teman yang memberikan semangat dan dorongan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga segala bantuan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi sebagai amal sholeh dan senantiasa mendapatkan Ridho Allah SWT. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 17 Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *service recovery*, *experiential marketing*, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sahid Gubeng Surabaya. Variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu *service recovery*, *experiential marketing*, dan Kepuasan pelanggan serta satu variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Dalam hal ini pelanggan yang dimaksud adalah pengunjung yang bermalam di Hotel Sahid Gubeng Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung dan bermalam di Hotel Sahid Gubeng Surabaya . Dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 89 responden. Teknik dalam memperoleh data adalah dengan membagikan kuisisioner yang telah disusun dengan baik. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung yaitu dengan mendatangi Hotel Sahid Gubeng Surabaya (menunggu pengunjung yang datang).

Kemudian data di uji dengan uji analisis data: Validitas, Reabilitas, Regresi Berganda dan uji Koefisien Determinasi. Dari hasil uji analisis menyatakan bahwa hipotesis pertama dan kedua ditolak (tidak signifikan) sedangkan hipotesis ketiga diterima (signifikan)

Kata kunci: *service recovery*, *experiential marketing*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine whether service recovery, experiential marketing, and customer satisfaction is affect to customer loyalty on Hotel Sahid Gubeng Surabaya. Variable in this research consist of three independent variable that is service recovery, experiential marketing, and cutomer satisfaction one dependent variable that is customer loyalty. In this case the customerin question is a visitor who overnight at the Hotel Sahid Gubeng Surabaya.

Population in this research is cutomer a visitor who overnight at the Hotel Sahid Gubneg Surabya. And the sample in this research counted 89 respondents. The technique of obtaining data is by distributing well-crafted questionnaires. The distribution of questionnaires is done directly by visiting an Hotel Sahid Gubeng surabaya (waiting for the visitor to come to the hotel).

Then the data is tested with test data analysis: Validity, Reability, Multiple Linear Regression and Coefficient of determination. From the results of the analysis test states that the first and second hypothesis rejected (not significant) while the third hypothesis accepted (significant).

Keywords: service recovery, experiential marketing, customer loyalty, and customer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	9
ABSTRAK	ii
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB II.....	8
TELAAH PUSTAKA	8
2.1. Pemasaran.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Konsep Pemasaran	8

2.1.3. Bauran Pemasaran Jasa	10
2.1.4. Kegagalan Pelayanan (<i>Service Failure</i>)	13
2.1.4.1. Pengertian Kegagalan Pelayanan (<i>Service Failure</i>).....	13
2.1.4.2. Jenis <i>Service Failure</i>	14
2.1.5. Pemulihan Layanan (<i>service recovery</i>).....	15
2.1.5.1. Pengertian Pemulihan Layanan (<i>service recovery</i>).....	15
2.1.5.2. Perilaku complain.....	17
2.1.5.3. Atribut pemulihan layanan (<i>service recovery</i>).....	17
2.1.6. <i>Experiential Marketing</i>	18
2.1.6.1. Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	18
2.1.6.2. Kunci Pokok <i>Experiential Marketing</i>	21
2.1.6.3. Modul Strategi <i>Experiential Marketing</i>	21
2.1.6.4. Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	27
2.1.6.5. Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	28
2.1.7. Kepuasan Pelanggan	29
2.1.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	29
2.1.7.2. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.7.3. Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan	32
2.1.7.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	33
2.1.7.5. Strategi Kepuasan Konsumen	35

2.1.7.6. Komponen Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.7.7. Elemen Kepuasan Konsumen	36
2.1.7.8. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	38
2.1.8. Loyalitas Pelanggan.....	38
2.1.8.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2.1.8.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	38
2.1.8.3. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	40
2.1.8.4. Tahapan Loyalitas Pelanggan	40
2.1.8.5. Jenis – Jenis Loyalitas	42
2.1.8.6. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	43
2.1.8.7. Merancang dan Menciptakan Loyalitas	44
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	47
2.2.1. Hubungan <i>Service Recovery</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.2.2. Hubungan <i>Experiential Marketing</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
2.2.3. Hubungan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
2.3. Penelitian Sebelumnya	50
2.4 Hipotesa dan Model Analisis	51

2.4.1. Hipotesa	51
2.4.2. Model Analisis	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Pendekatan Penelitian.....	53
3.2. Populasi dan Sampel	53
3.2.1. Populasi.....	53
3.2.2. Sampel	53
3.3. Identifikasi Variabel	54
3.4. Definisi Operasional Variabel	55
3.5. Jenis dan Sumber Data	57
3.5.1. Jenis Data.....	57
3.5.2. Sumber Data	58
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	59
3.6.1. Studi Kepustakaan	60
3.7. Teknik Analisis.....	60
3.7.1. Uji Validitas	60
3.7.2. Uji Reliabilitas	61
3.8. Pengujian Hipotesis	61
3.8.1. Regresi linier berganda	62

3.8.2. Uji F (Pengujian Secara Simultan)	63
3.8.3. Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	64
3.8.2. Uji koefisien determinasi R^2	65
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Gambaran Umum Hotel Sahid Gubeng Surabaya.....	65
4.2. Deskripsi hasil penelitian	69
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	69
4.2.2. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	72
4.3. Hasil Analisis Data	76
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	76
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	78
4.3.3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
4.3.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi R Berganda (R^2)	82
4.3.5. Hasil Uji Hipotesis.....	83
4.5. Pembahasan	89
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	93
5.1. Simpulan.....	93
5.2. Saran	94
5.3. Keterbatasan Penelitian	94

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98
LAMPIRAN 1	99
LAMPIRAN 2	103
LAMPIRAN 3	107
LAMPIRAN 4	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Klamin Responden	70
Tabel 4.3 Karakteristik Usia Responden.....	70
Tabel 4.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	71
Tabel 4.5 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden	71
Tabel 4.6 Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	73
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Service Recovery</i> (X1)	73
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Experiental Marketing</i> (X2)	74
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (X3) ...	75
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Recovery</i> (X1).....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiental Marketing</i> (X2).....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas	79
Tabel 4.16 <i>Descriptive Statistics</i>	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Secara Simultan)	84
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Secara Parsial).....	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Dominan	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	52
Gambar 3.3 Kurva Distribusi F	63
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t	63
Gambar 4.4 Struktur Organisasi.....	66
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji F	84
Gambar 4.6 Kurva Hasil Uji t (Pengaruh <i>Service Recovery</i> Terhadap Loyalitas pelanggan).....	86
Gambar 4.7 Kurva Hasil Uji t (Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Loyalitas pelanggan)	87
Gambar 4.8 Kurva Hasil Uji t (Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan).....	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	99
LAMPIRAN 2	103
LAMPIRAN 3	107
LAMPIRAN 4	109