

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY  
( PADA CUSTOMER ZOZOTOWN DI CHIBA JEPANG)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

CANDRA ARDI PRATAMA

Nomor Pokok : K.2015.4.33532

Jurusan. : Manajemen

Program Studi : Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

MALANG

2020

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY  
( PADA CUSTOMER ZOZOTOWN DI CHIBA JEPANG)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Manajemen*



Oleh:

**Candra Ardi Pratama**

K.2015.4.33532

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
MALANG  
2020

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA CUSTOMER ZOZOTOWN DI CHIBA JEPANG

Oleh :

CANDRA ARDI PRATAMA

K.2015.4.33532

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

26 Pebruari 2020 dan dinyatakan LULUS


Menyetujui,

Dosen Pembimbing

  
Dr. HANIF MAULUDIN , SE, MSi.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara

  
Drs. BUNYAMIN , M.M / Ph.D  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 4 Februari 2020

Mahasiswa



Candra Ardi Pratama

NPK: K.2015.4.33532



# SURAT KETERANGAN RISET

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçęwara (P3.M)



**STIE MALANGKUÇĘWARA**  
d/h. ABM School of Economics



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2018  
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018

## SURAT KETERANGAN RISET

Nomor: 0187/BAAK/II/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Lindananty, M.M  
Jabatan : Kaprodi Manajemen  
NIK : 202.710.194

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Candra Ardi Pratama  
NPK : K.2015.4.33532  
Program Studi : Manajemen  
Mahasiswa : STIE Malangkuçęwara Malang

Telah melakukan pengumpulan data dari Pelanggan Zozotown di kota Chiba, Prefektur Chiba Jepang sebagai data skripsi dengan judul "Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty (pada Customer Zozotown di Chiba Jepang)" dengan dosen pembimbing Dr. Hanif Mauludin, S.E., M. Si.

Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sesuai dengan keperluan.



Malang, 14 Februari 2020,  
Kaprodi Manajemen

*Lindananty*  
Dra. Lindananty, M.M.  
NIK. 202.710.194

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan berkat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
3. Dra. Lindananty, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Dr. Hanif Mauludin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Dra. Lalilatus Saadah, M.Si, Ak. selaku dosen wali yang selalu membimbing dalam proses penyelesaian studi.
6. Seluruh dosen pengajar di STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan pengarahan, pembelajaran, dan membagikan ilmu yang dimiliki selama perkuliahan.
7. Seluruh staff pendukung manajemen kampus di STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah membantu kelancaran administrasi selama di STIE-Malangkucecwara.
8. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta mendoakan yang terbaik dalam menyelesaikan studi.
9. AKH Squad (Gek, Nadya, Abell, Irfan, Maisa, Merny, Yoga, Tarmizi, Ridwan, Joshua)
10. Keluarga Besar Malangkuçeçwara International Culture Centre (MICC)
11. Teman-teman seperjuangan kelas D manajemen 2015
12. Tim Hore MULC (Gek, Karin, Josua, Fei, Alex, Kenny, Geo, Sunky, dan Jean, teman-teman mahasiswa pertukaran dari Indonesia di Kanda University)
13. Teman-teman mahasiswa asing di Kanda University (Do Hun, Bibi, Yong Un, Charles, Juan, Eloisa, Keun Jin, Noelia, Max, Petrus, dan masih banyak lagi)

14. Teman-teman di Kanda University yang senantiasa membantu dan menemani hari-hari saya di Jepang (Hayato, Rui, Rika, Abeko, Yuka, Rei, Mahesa, Budi, Lintang, Ridwan, Atsumi, Reina, dan masih banyak teman-teman lain yang tidak bisa saya sebut namanya satu-persatu)
15. Rekan-rekan di tempat kerja saya (お母さん dan お姉さん di Tagawa; Sano-san, Kaneko-san, Sasaki-san, dan bos-bos di Zozotown) yang dengan ramah dan sabar mengajari saya melakukan pekerjaan di Jepang.
16. Teman-teman nongkrong di sela-sela waktu menyelesaikan skripsi (Hakim, Irfan, Nanda, Sayo, Rika, Masha, Akina, Nadya, Gek).

皆さん、あざまる水産!!

Malang, 4 Februari 2020

Penulis,

Candra Ardi Pratama

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY  
( PADA CUSTOMER ZOZOTOWN DI CHIBA JEPANG)**

Oleh :

Candra Ardi Pratama

STIE Malangkuçeçwara Malang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana *experiential marketing* dan *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada pelanggan Zozotown di kota Chiba, prefektur Chiba, Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis *partial least square* (PLS) menggunakan *SmartPLS 3.0*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Kanda University of International Studies di kota Chiba, prefektur Chiba, Jepang. Sampel berjumlah 200 orang yang merupakan pelanggan pernah melakukan transaksi di situs web atau aplikasi *Zozotown*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* 2) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* 3) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* 4) *service quality* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *customer loyalty* 5) *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Pemasaran Pengalaman, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*



## ABSTRACT

This research aims to understand and analyze how experiential marketing and service quality influence customer satisfaction and customer loyalty of Zozotown customers in Chiba city, Chiba prefecture, Japan. This research uses a quantitative approach. Data collection is carried out by using a questionnaire survey while data analysis techniques are carried out by descriptive analysis and Partial Least Square (PLS) analysis using SmartPLS 3.0. The population in this research is the student of Kanda University of International Studies in Chiba city, Chiba prefecture, Japan. The sample is 200 people who are Zozotown customers and have made a transaction whether on Zozotown's website or application. Based on the results of the analysis and discussion, it can be concluded that the results showed that 1) experiential marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction 2) experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty 3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction 4) service quality doesn't have any effect and isn't significant to customer loyalty 5) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

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

## DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Orisinalitas .....	iii
Surat Keterangan Riset .....	iv
Riwayat Hidup .....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak (Bahasa Indonesia) .....	viii
Abstract (Bahasa Inggris) .....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori .....	8
2.1.1. Experiential Marketing.....	8
2.1.2. Service Quality .....	10
2.1.3. Customer Satisfaction .....	12
2.1.4. Customer Loyalty.....	14
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	15
2.3. Model Konseptual Penelitian .....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	20

2.4.1. Hubungan Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty.....	20
2.4.2. Hubungan Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty.....	21
2.4.3. Hubungan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty .....	22

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian .....	24
3.2. Objek dan Sumber Data Penelitian.....	24
3.3. Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran.....	24
3.4. Populasi dan Sampel.....	29
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6. Metode Analisis Data.....	30
3.6.1. Metode Analisis Deskriptif.....	30
3.6.2. Metode Analisis Inferensial.....	31

### BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2. Diskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.2.1. Experiential Marketing.....	36
4.2.2. Service Quality .....	36
4.2.3. Customer Satisfaction .....	38
4.2.4. Customer Loyalty.....	39
4.3. Analisis Data .....	40
4.3.1. Pengujian Model Struktural (Outer Model) .....	40
4.3.1.1. Convergent Validity .....	40
4.3.1.2. Discriminant Validity.....	42
4.3.1.3. Composite Reliability.....	43
4.3.1.4. Cronbach Alpha .....	44
4.3.2. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	44

4.3.2.1. Uji Path Coefficient.....	44
4.3.2.2. Uji Goodness of Fit .....	46
4.4. Pengujian Hipotesis .....	47
4.4.1. Pengujian Hipotesis 1.....	47
4.4.2. Pengujian Hipotesis 2.....	47
4.4.3. Pengujian Hipotesis 3.....	47
4.4.4. Pengujian Hipotesis 4.....	48
4.4.5. Pengujian Hipotesis 5.....	48
4.5. Pembahasan .....	48
4.5.1. Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction.....	48
4.5.2. Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty .....	49
4.5.3. Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	49
4.5.4. Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty .....	50
4.5.5. Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty .....	50
 BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Kontribusi Penelitian .....	51
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3. Saran.....	52
 DAFTAR PUSTAKA.....	
Scan Penetapan Dosen Pembimbing BAB I-III.....	58
Scan Kartu Bimbingan BAB I-III .....	59
Scan Penetapan Dosen Pembimbing BAB IV-V .....	60
Scan Kartu Bimbingan BAB IV-V.....	61
 LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. ....	16
Tabel 3.1. ....	26
Tabel 4.1. ....	34
Tabel 4.2. ....	36
Tabel 4.3. ....	36
Tabel 4.4. ....	38
Tabel 4.5. ....	39
Tabel 4.6. ....	41
Tabel 4.7. ....	43
Tabel 4.8. ....	43
Tabel 4.9. ....	44
Tabel 4.10. ....	45
Tabel 4.11. ....	46

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.....	20
Gambar 4.1.....	40
Gambar 4.2.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner (Bahasa Jepang).....	62
Lampiran 2: Kuesioner (Bahasa Indonesia).....	69
Lampiran 3: Statistik Pengguna Internet dan E-shoppers di Jepang (2012-2015).....	76
Lampiran 4: Statistik Pengguna Internet dan Populasi di Asia (2019) .....	76
Lampiran 5: Statistik Deskripsi Sampel.....	78
Lampiran 6: Deskripsi Variabel Experiential Marketing .....	78
Lampiran 7: Deskripsi Variabel Service Quality .....	79
Lampiran 8: Deskripsi Variabel Customer Satisfaction.....	79
Lampiran 9: Deskripsi Variabel Customer Loyalty .....	80
Lampiran 10: Tampilan Hasil PLS Algorithm.....	81
Lampiran 11: Outer Loadings .....	81
Lampiran 12: Nilai AVE .....	83
Lampiran 13: Composite Reliability .....	83
Lampiran 14: Cronbach Alpha.....	83
Lampiran 15: Tampilan Hasil Bootstrapping .....	84
Lampiran 16: Path Coefficient.....	84
Lampiran 17: R Square.....	85
Lampiran 18: T-Tabel.....	85