

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Obat Anti Masuk Angin Tolak Angin
di Kecamatan Demak)**

SKRIPSI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :
Fachrur Rizal
NIM: 30401511722

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Obat Anti Masuk Angin Tolak Angin
di Kecamatan Demak)**

Disusun oleh :
FACHRUR RIZAL
Nim : 30401511722

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan kehadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Agus Sobari, SE, MSi
NIK. 210401048

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Obat Anti Masuk Angin Tolak Angin
di Kecamatan Demak)**

Disusun oleh :
Fachrur Rizal
Nim: 30401511722
Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2019

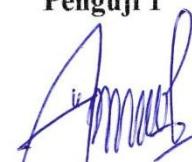
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Agus Sobari, SE, MSi
NIK. 0609017101

Penguji 1



Arizqi, SE, MM
NIK.210415053

Penguji 2



Dr. H. Moch. Zulfa, SE, MM
NIK. 210486011

Skripsi ini diterima sebagai salah satupersyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Tanggal 15 Agustus 2019

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhitama, SE, MM
NIK. 210499042

HALAMAN PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

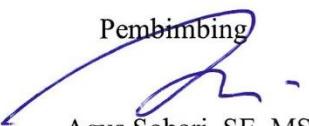
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FACHRUR RIZAL
NIK : 30401511722
Fakultas/Prodi : EKONOMI/MANAJEMEN
Universitas : UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

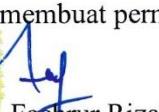
Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi *PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN OBAT ANTI MASUK ANGIN TOLAK ANGIN DI KECAMATAN DEMAK)* benar benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 13 September 2019

Pembimbing

Agus Sobari, SE, MSI
NIK. 210404184



Yang membuat pernyataan,

Fachrur Rizal
30401511722

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fachrur Rizal
Nim : 30401511722
Program Studi : Manajemen
Alamat Asal : Medini, 01/03 Kec. Gajah Kab. Demak
No.Hp / Email : 081215392776 / fachrurrizal7@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
KONSUMEN OBAT ANTI MASUK ANGIN TOLAK ANGIN DI
KECAMATAN DEMAK)**

Dan menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Royalti Non-Eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan Data dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis skema tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiarism dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 13 September 2019
Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Bismillahirrochmanirrochim, Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, inayah serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian Skripsi dengan judul **“PENGARUH SERVICE QUALITY DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN OBAT ANTI MASUK ANGIN TOLAK ANGIN DI KECAMATAN DEMAK)”** Penelitian Skripsi ini diajukan untuk memenuhi bagian dari persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen .

Selama penggerjaan Penelitian Skripsi penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan kerja sama dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahuwa ta’ala dzat yang maha pengasih lagi maha penyayang.
2. Bapak Agus Sobari, SE, MSi. selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan Penelitian Skripsi.
3. Hj.Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. H. Ardian Adithama, SE, M,Si.,Ph.D selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. .

5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang saya hormati.
6. Bapak serta Mamak tersayang yang selalu melumuri saya dengan segala do'a kasih sayang dan semangat yang selalu diberikan untuk saya.
7. Juga teruntuk kekasihku yang bawel yang senantiasa menemani dan menyemangatiku.
8. Adik-adik tingkatku yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk ku.
9. Sahabat-sahabatku baik di kampus maupun di kos.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa usulan penelitian ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Peneliti juga memohon maaf apabila dalam penulisan penelitian ini terdapat kesalahan, mengingat keterbatasan pengetahuan peneliti.

Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 13 September 2019
Peneliti



Fachrur Rizal

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh antara pengalaman pembelian dan juga kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang di dapat oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di kecamatan Demak berjumlah 100 responden dan di ambil secara acak dengan kriteria tertentu dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji secara parsial variable independen yaitu kualitas pelayanan dan pengalaman pembelian terhadap variable dependen yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Dan menggunakan *sobel test* untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengalaman pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan loyalitas pelanggan. Pengalaman pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen dan pengalaman belanja berpengaruh positif dan signifikan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Pengalaman Belanja, Kepuasan konsumen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the influence of the purchasing experience and also the quality of service on customer loyalty through customer satisfaction. The population in this study were people in the district of Demak totaling 100 respondents and were randomly selected with certain criteria using purposive sampling. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis to partially test the independent variable, service quality and purchasing experience on the dependent variable, namely customer satisfaction and customer loyalty. And use the sobel test to find out the direct and indirect effects. The results of the study stated that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The purchasing experience has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant influence on customer loyalty. The purchasing experience has a positive and significant effect on customer loyalty. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction and shopping experience has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keyword : *Service Quality, Experiential Marketing, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*