

**PERAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM MEMEDIASI
BRAND RELATIONSHIP QUALITY DAN *CUSTOMER
EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PATRA
JASA SEMARANG CONVENTION HOTEL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

YUNUS

NIM : 30401511936

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

**Halaman Pengesahan
Untuk Skripsi**

**PERAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM MEMEDIASI *BRAND
RELATIONSHIP QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA PATRA JASA SEMARANG
CONVENTION HOTEL**

Disusun Oleh :

Yunus

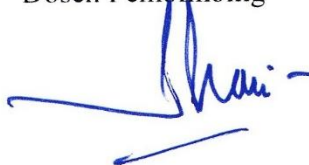
N I M : 30401511936

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 13 September 2019

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, MM
NIK. 210491022

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT DALAM MEMEDIASI BRAND
RELATIONSHIP QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA PATRA JASA SEMARANG
CONVENTION HOTEL**

Disusun Oleh :
Yunus
Nim : 30401511936

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 13 September 2019

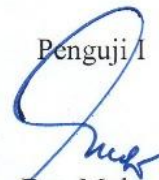
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Dr. H. Asyhari, MM
NIK. 210491022

Penguji I



Drs. Mulyana, MSi
NIK. 210490020

Penguji II



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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 13 September 2019

Ketua Program Studi Manajemen



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yunus
NIM : 30401511936
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “PERAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM MEMEDIASI *BRAND RELATIONSHIP QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PATRA JASA SEMARANG CONVENTION HOTEL” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 September 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau tiru yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas dibatalkan.

Semarang, 13 September 2019

Yang Memberi Pernyataan

Dosen Pembimbing



I Dr. H. Asyhari, MM
N



Yunus
: 30401511936

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:.

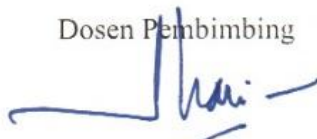
Nama : Yunus
NIM : 30401511936
Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
Jurusan : Manajemen
Alamat : Ds. Pakeman RT 03/RW02 Sidodadi Kec. Patean Kabupaten Kendal

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa tugas akhir atau skripsi dengan judul *PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT DALAM MEMEDIASI BRAND RELATIONSHIP QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PATRA JASA SEMARANG CONVENTION HOTEL* dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hal bebas royalti non eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

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

Semarang, 13 September 2019

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, MM
NIK. 210491022

Yang bertandatangan,


Yunus
30401511936


ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh brand relationship quality dan customer experience terhadap brand loyalty dengan customer engagementy sebagai variabel intervening. Populasinya adalah tamu sudah pernah menginap di Patra Jasa Semarang Convention Hotel. Dengan menggunakan teknik purposive, yaitu mengkhususkan tamu yang sudah pernah menginap minimal 2x di Patra Jasa Semarang Convention Hotel dan responden berumur 20 tahun ke atas, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 150 responden. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Brand Relationship Quality, customer experience berpengaruh positif terhadap Customer engagement. Brand Relationship Quality, Customer experience, Customer engagement berpengaruh positif terhadap terciptanya brand loyalty. Customer engagement mampu menjadi variabel intervening antara Brand Relationship Quality terhadap brand loyalty. Customer engagement mampu menjadi variabel intervening antara Customer experience terhadap brand loyalty.

Kata Kunci : *brand relationship quality dan customer experience, customer engagementy dan brand loyalty.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to empirically examine and analyze the effect of brand relationship quality and customer experience on brand loyalty with customer engagements as an intervening variable. The population is that guests have stayed at the Patra Jasa Semarang Convention Hotel. By using a purposive technique, which is to specialize guests who have stayed at least 2x at Patra Jasa Semarang Convention Hotel and respondents aged 20 years and over, a total sample of 150 respondents is obtained. The analysis tool is the path analysis, which was previously tested for validity and reliability and the classic assumption test. The test results show that Brand Relationship Quality, customer experience has a positive effect on customer engagement. Brand Relationship Quality, Customer experience, Customer engagement has a positive effect on the creation of brand loyalty. Customer engagement can be an intervening variable between Brand Relationship Quality and brand loyalty. Customer engagement can be an intervening variable between customer experience and brand loyalty.

Keywords: brand relationship quality and customer experience, customer engagement and brand loyalty.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ◆ Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu lakukan. (Q. S. Al-Mujaadalah :11)
- ◆ Seseorang yang intelektual tidak akan pernah menyatakan lebih dari apa yang diketahuinya. (Dwight D. Eisen Hower)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ◆ *Orang tuaku tercinta yang selalu memotivasi dan berdoa untuk keberhasilanku*
- ◆ *Sahabat – sahabatku yang selalu memberiku semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.*
- ◆ *Almamater*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga pra skripsi tentang “ PERAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM MEMEDIASI *BRAND RELATIONSHIP QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PATRA JASA SEMARANG CONVENTION HOTEL dapat penulis selesaikan dengan baik.

Maksud dari penulisan pra skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Asyhari, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu tercinta yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materiil sehingga menjadikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Juli 2019

Penulis,

Yunus