

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
HOTEL DIRGANTARA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Muhammad Ilham
NIM. 12010114130129

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhammad Ilham
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130129
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA HOTEL DIRGANTARA
SEMARANG**
Dosen Pembimbing : Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.

Semarang, 16 Agustus 2018

Dosen Pembimbing



(Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.)

NIP. 197309252003122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Muhammad Ilham
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130129
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA HOTEL DIRGANTARA
SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 31 Agustus 2018

Tim Penguji

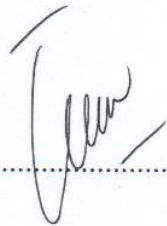
1. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.

(.....)

2. Farida Indriani, S.E., M.M.

(.....)

3. Dra. Hj. Yoestini, M.Si

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Muhammad Ilham, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Dirgantara Semarang**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian 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 yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ilham

NIM : 12010114130129

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“If you never try, you never know” - **Coldplay**

*“enjoy the little things in life for one day you’ll look back and realize they
were the big things”* – **Kurt Vonnegut**

“its only one down, and the rest is up”

“A candle loses nothing by lighting another candle” – **James Keller**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya, ayah saya Ari Samodra dan ibu saya Rositawati
dan kedua adik saya Farras Ramadhan, dan Nabilaika Hidzria Hasna
yang telah mendoakan saya, memberi semangat dan dukungan
setiap harinya

ABSTRAK

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang membantu bagi orang-orang yang memiliki mobilitas yang tinggi. Maraknya pembangunan hotel membuat ketatnya persaingan di industri perhotelan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Dirgantara.

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel diambil sebanyak 120 responden. Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menginap di Hotel Dirgantara. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dan diolah dengan software SPSS (Statistical Package for Social Science).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Hotel is a service company that helps people with high mobility. Rise of hotel development has caused intense competition in the hospitality industry. The purpose of this study is to find out the marketing experience and service quality to customer satisfaction and the impact on customer loyalty in the Dirgantara Hotel.

This research uses non probability sampling technique with purposive sampling method. The samples in this study were 120 respondents. The population of the study was all consumers who had ever done stayed at Dirgantara Hotel. The method of collecting data through questionnaires. This study uses multiple regression analysis methods and processed with SPSS software (Statistical Package for Social Science).

The results of this study indicate that experiential marketing and service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, customer satisfaction also have a positive and significant effect on the customer loyalty.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Dirgantara Semarang”**. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta, kepada ayah saya Ari Samodra dan Ibu saya Rositawati serta dan kedua adik saya Farras Ramadhan, dan Nabilaika Hidzria Hasna yang telah mendoakan saya, memberi semangat dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, dan selaku Dosen Wali yang telah memberikan ilmu dan nasehatnya selama masa perkuliahan
5. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan ini.

7. Kakek saya HR Soemarso SE. selaku pemilik Hotel Dirgantara yang sudah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. *My Partner*, Yunita Endah Ariyani yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan doa, motivasi, dukungan dan setia menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat selama perkuliahan yang memberikan semangat dan motivasi di setiap harinya Oktasadewa Putra Sasmita, Muhammad Yusuf Alfatha, Giffen Aldian, Dwiki hygi Dewantoro, dan mas Kevin Carollan
10. Sahabat-sahabat SMA saya Muhammad Fahreza, Rachmat Fajri, Astrid Avanda yang selalu memberika support dan teman sharing saya.
11. Teman-teman seperjuangan “Bu Ati Squad 2014” Dian, Dewa, Oca, Bima, Hanif, Asti dan Aal. Terimakasih atas semangat, bantuan, serta segalanya yang telah kalian berikan
12. Keluarga besar BEM FEB UNDIP Progresif tahun 2017
13. Keluarga kecil dan sahabat-sahabat Departmen pengabdian masyarakat, teruntuk azzam, sena, aisah, rina, ucap, kintan, tiara, adjie, irham, valdy, ojan,vina dan andri.
14. Teman-teman KKN TIM II Desa Duren, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang, mas Faizal, mas Luthfi, Hadi, Dina, Amik, Elsi, Novi, Peni, Shindy, Nisa yang selalu memberikan motivasi.
15. Terimakasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini
16. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Diponegoro angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat kekeluargaan, keceriaan, dan canda tawanya selama kuliah.

17. Seluruh perangkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi dan Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 16 Agustus 2018

Muhammad Ilham

NIM. 12010114130129

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3 Experiential Marketing	17
2.1.4 Kualitas Layanan	19
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.2 Hubungan Variabel Independen dan Dependen	21
2.2.1 Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan pelanggan	21

2.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.2.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.3	Penelitian Terdahulu	23
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.5	Hipotesis	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1	Variabel Penelitian	27
3.1.2	Definisi Operasional	28
3.1.2.1	Definisi Operasional Variabel	31
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.2.3	Metode Penentuan Sampel	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1	Data Primer	36
3.3.2	Data Sekunder	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Uji Instrumen Data	38
3.5.1	Uji Validitas	38
3.5.2	Uji Reliabilitas	39
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2.1	Uji Normalitas	39
3.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.2.3	Uji Multikolinieritas	41
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.5.4	Pengujian Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	42
3.5.4.1	Uji Parsial (Uji statistik t)	43
3.5.4.2	Uji Kelayakan Model (Uji statistic F)	43

3.5.4.3 Uji Determenasi (R2)	44
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Hotel Dirgantara	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46
4.2 Identitas Responden	46
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Responden Berdasarkan Asal Kota Pelanggan	49
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia Pelanggan	50
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan	51
4.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Hari	52
4.2.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	53
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
4.3.1.1 Uji Validitas	54
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2.1 Uji Normalitas	55
4.3.2.2 Uji Heteroskedastitas	60
4.3.2.3 Uji Multikolinieritas	62
4.3.3 Analisis Linier Berganda	63
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.3.4.1 Uji Parsial (uji statistik t)	65
4.3.4.2 Uji Kelayakan Model (uji statistik F)	67
4.3.4.3 Uji Determenasi (R2)	67
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.3.5.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan	70
4.3.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	71

4.3.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	71
BAB V KESIMPULAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Implikasi Manajerial	75
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penerimaan Jasa Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017 (Dalam Rupiah)	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Total Pelanggan Hotel Dirgantara 2015-2017	5
Tabel 1.3 Data Pra-Survey Keluhan Pelanggan Hotel Dirgantara	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Menurut Para Ahli	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Rentang Skala interval yang Digunakan Dalam Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.8 Hasil Uji t	65
Tabel 4.9 Hasil Uji t	65
Tabel 4.10 Hasil Uji F	67
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penerimaan Jasa Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017	4
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Total Pelanggan Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017	6
Gambar 1.3 Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Dirgantara Asal Semarang Tahun 2015-2017	6
Gambar 1.4 Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Dirgantara Asal Luar Semarang Tahun 2015-2017	7
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran teoritis	25
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Asal Kota Pelanggan.....	49
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia Pelanggan	50
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan	51
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Hari.....	52
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	53
Gambar 4.7 Grafik Histogram	56
Gambar 4.8 Scatterplot	57
Gambar 4.9 Grafik Histogram	58
Gambar 4.10 Scatterplot	59
Gambar 4.11 Scatterplot	60
Gambar 4.12 Scatterplot	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Data Penelitian	82
LAMPIRAN 2 Hasil Input SPSS	87
LAMPIRAN 3 Data Responden	92
LAMPIRAN 4 Koesioner	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri jasa memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Mari Elka Pangestu sektor jasa memberikan kontribusi padan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan (Republika.co.id, 2016). Mari Elka Pangestu mengatakan, sektor industri jasa berkontribusi meningkatkan PDB nasional dari 45 persen di tahun 2010, menjadi 55 persen di tahun 2012 (Republika.co.id, 2016). Selain itu, sektor jasa pun mampu menciptakan 21,7 juta lapangan pekerjaan dalam kurun waktu 2000 hingga 2010 (Republika.co.id, 2016).

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang membantu bagi orang-orang yang memiliki mobilitas yang tinggi. Fungsi hotel pada umumnya hanyalah sebuah tempat istirahat melepas lelah sebelum kembali menjalankan mobilitasnya. Pada umunya ini hotel merupakan tempat untuk beristirahat tetapi saat ini fungsi hotel saat memiliki berbagai fungsi yaitu tempat rapat,acara-acara ulang tahun, pertemuan-pertemuan diadakan sampai dengan acara pernikahan. Maraknya pembangunan hotel membuat ketatnya persaingan diindustri perhotelan. Wakil Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Tengah, Benk Mintosih, mengatakan jumlah hotel berbintang (bintang 3-5) di Semarang adalah 53 hotel dan hotel nonbintang (bintang 2

atau budget ke bawah) terdapat 65 hotel (Arifin, 2017). Hal ini menyebabkan persaingan menjadi tidak sehat dan dapat mematikan hotel hotel non bintang.

Pengusaha hotel dalam meningkatkan persaingan bisnis sering kali melakukan berbagai cara agar menarik minat para pelanggan untuk menginap di hotelnya. Cara-cara yang dilakukan oleh pemilik hotel diantaranya yaitu melakukan promosi, potongan harga, dan sebagainya. Dari cara-cara yang menarik yang dilakukan hal yang utama dalam sebuah bisnis hotel yaitu memberikan layanan yang terbaik bagi para pelangganya. Tujuan dari industri jasa pada dasarnya adalah untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan melalui layanan yang baik, selain layanan yang baik keramah-tamahan menjadi tujuan dari industry jasa sehingga hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan pelanggan terjalin.

Sejak 1981 sebuah hotel yang berlokasi di Jalan Siliwangi No 30 telah memulai bisnisnya. Dirgantara hotel adalah nama dari hotel yang berada pada lokasi tersebut. Nama Dirgantara sendiri diambil karena lokasinya yang berdekatan dengan Bandara Achmad Yani Semarang, maka dari itu dinamakan Hotel Dirgantara. Dirgantara Hotel sendiri bukanlah hotel berbintang melainkan lebih berbentuk losmen dengan kamar kamar yang dapat digunakan untuk beristirahat melepas lelah saat sedang melakukan sebuah perjalanan yang jauh dan butuh sebuah tempat peristirahatan. Pada tahun 2015-2017 hotel ini mengalami pembangunan yang dibagi menjadi 2 tahap pembangunan yang membuatnya memiliki kapasitas yang hampir 2 kali lipat dimana sebelum

adanya pembangunan memiliki 22 kamar dan bertambah 18 kamar setelah adanya pembangunan.

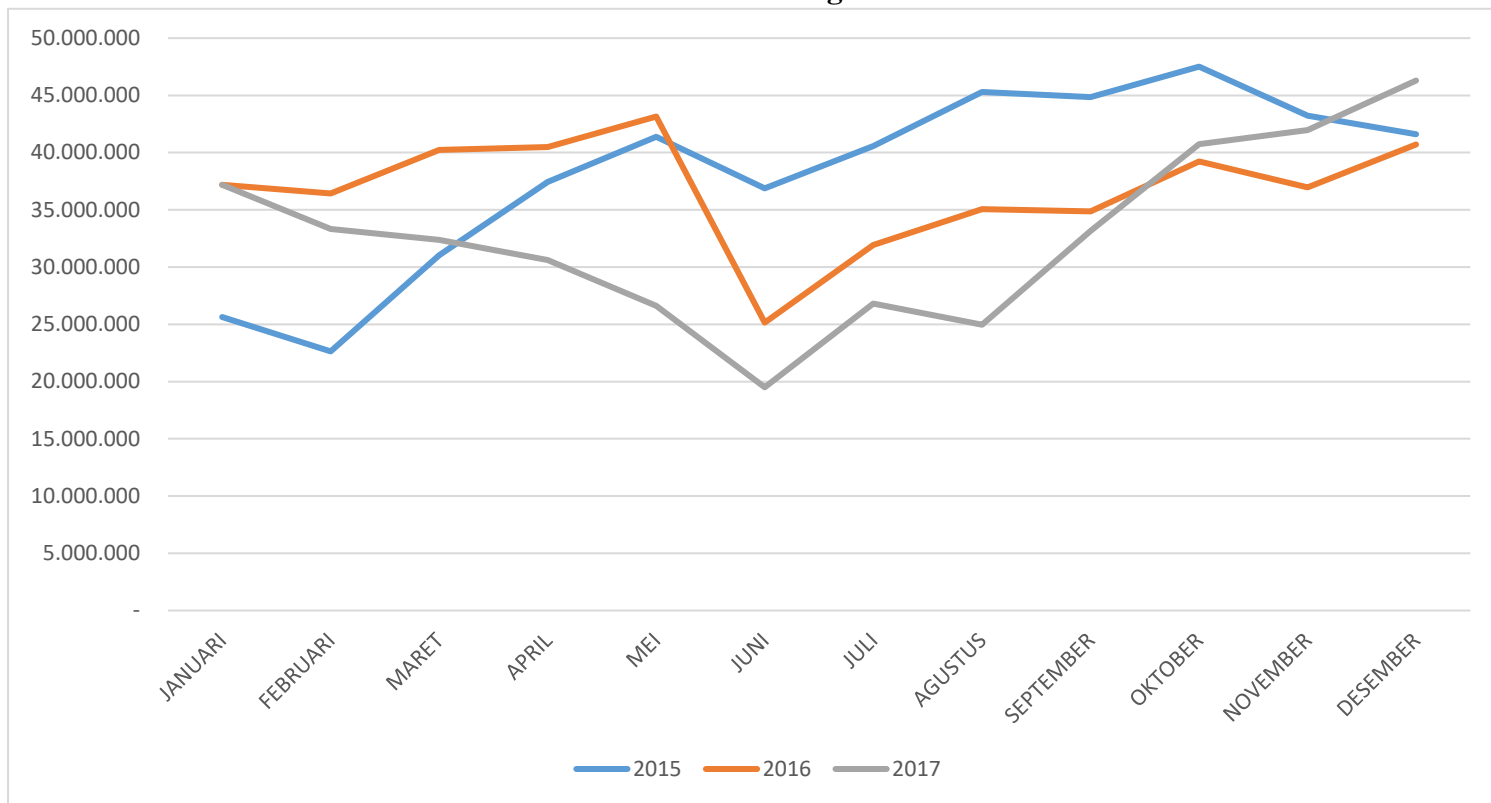
Pembangunan ini memiliki tujuan untuk menambah kapasitas dari daya tampung pelanggan yang menginap dan memberikan opsi opsi layanan terbaru dengan kamar kamar yang baru. Dalam perjalanan pembangunannya setiap pembangunan memberikan dampak yang cukup berarti terhadap pemasukan bagi Hotel Dirgantara berikut tabel penerimaan jasa Hotel Dirgantara dari tahun 2015-2017 :

Tabel 1.1
Data Penerimaan Jasa Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017
(Dalam Rupiah)

Bulan/ Tahun	2015	2016	2017
JANUARI	25.650.000	37.185.000	37.200.000
FEBRUARI	22.635.000	36.430.000	33.325.000
MARET	31.040.000	40.225.000	32.375.000
APRIL	37.445.000	40.475.000	30.625.000
MEI	41.380.000	43.150.000	26.625.000
JUNI	36.885.000	25.150.000	19.500.000
JULI	40.575.000	31.925.000	26.825.000
AGUSTUS	45.295.000	35.050.000	24.975.000
SEPTEMBER	44.860.000	34.875.000	33.155.000
OKTOBER	47.510.000	39.225.000	40.725.000
NOVEMBER	43.220.000	36.975.000	41.975.000
DESEMBER	41.615.000	40.706.000	46.295.000
Total	458.110.000	441.371.000	393.600.000

Sumber : Hotel Dirgantara (2018)

Gambar 1.1
Grafik Penerimaan Jasa Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017



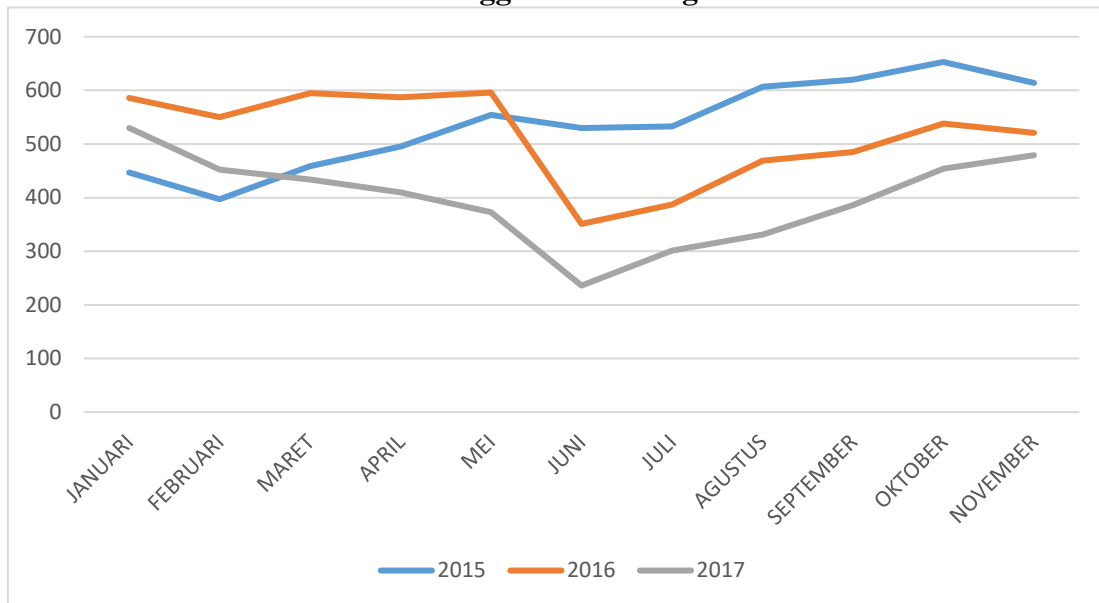
Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Tabel 1.2
Data Jumlah Total Pelanggan Hotel Dirgantara 2015-2017

Bulan	2015			2016			2017		
	Asal Semarang	Luar Semarang	Total	Asal Semarang	Luar Semarang	Total	Asal Semarang	Luar Semarang	Total
Januari	98	349	447	108	478	586	108	422	530
Februari	65	332	397	112	438	550	108	344	452
Maret	83	376	459	117	478	595	102	332	434
April	87	408	495	128	459	587	81	329	410
Mei	92	462	554	131	465	596	65	308	373
Juni	69	461	530	90	261	351	43	193	236
Juli	92	441	533	89	298	387	46	255	301
Agustus	113	494	607	104	365	469	63	268	331
September	115	505	620	120	365	485	57	329	386
Oktober	124	529	653	121	417	538	69	385	454
November	119	495	614	128	393	521	68	411	479
Desember	129	469	598	133	422	555	85	399	484
TOTAL PENGUNJUNG	1186	5321	6507	1381	4839	6220	895	3975	4870

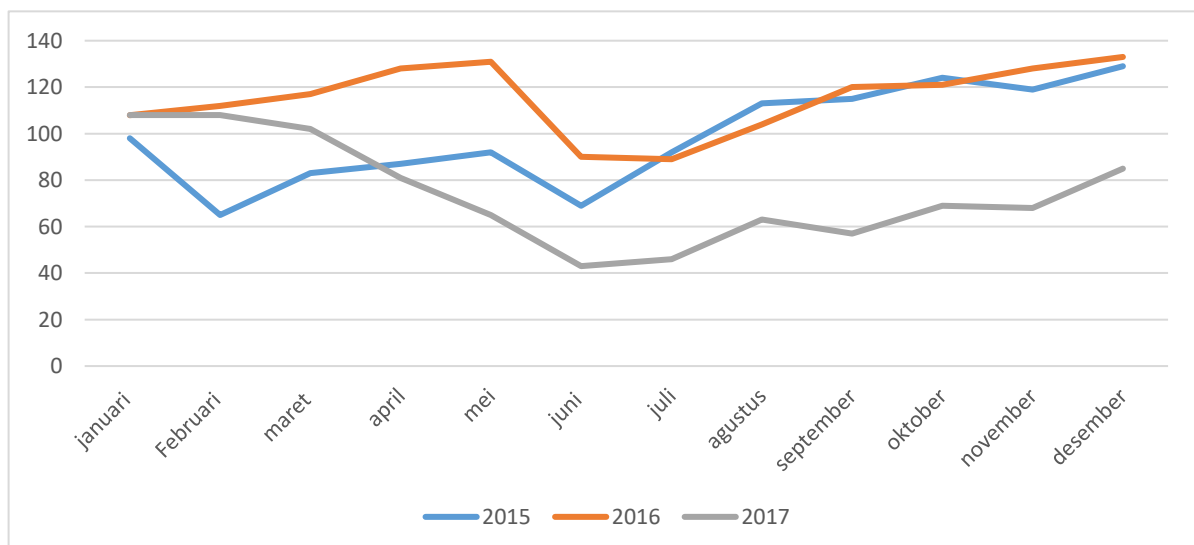
Sumber : Hotel Dirgantara (2018)

Gambar 1.2
Grafik Jumlah Total Pelanggan Hotel Dirgantara Tahun 2015-2017



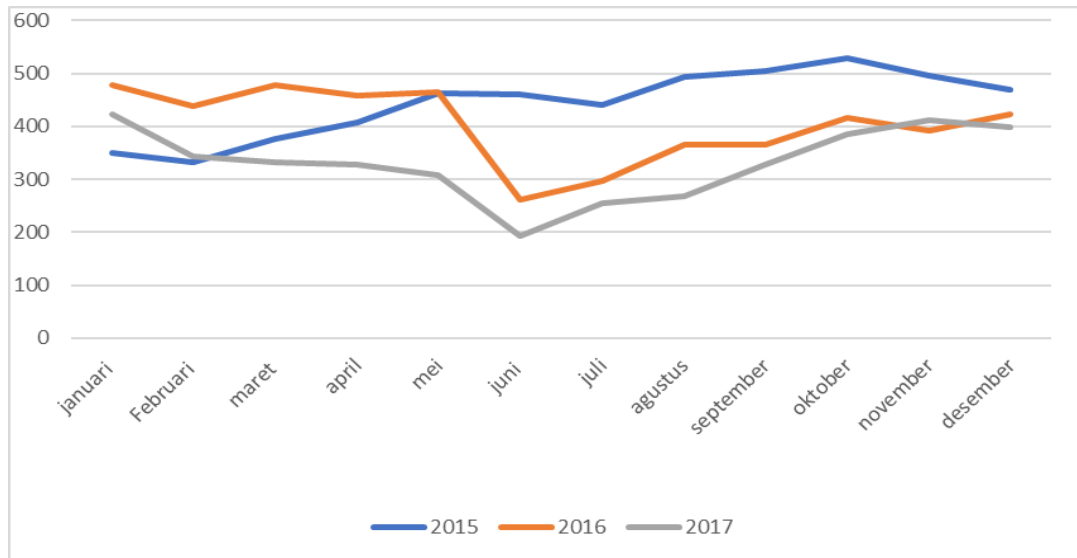
Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Gambar 1.3
Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Dirgantara Asal Semarang Tahun 2015-2017



Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Gambar 1.4
Grafik Jumlah Pelanggan Hotel Dirgantara Asal Luar Semarang Tahun 2015-2017



Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Tabel 1.2 dan Grafik 1.2 dan 1.3 diatas menjelaskan pembangunan pertama pada Hotel Dirgantara dilakukan pada tahun 2016 yang dapat terlihat langsung dampaknya terjadi penurunan jumlah pelanggan pada pertengahan tahun 2016 dan tahun 2017. Dampak tersebut digambarkan dengan jelas dari tabel dan grafik diatas. Pembangunan tahap 2 dampak dari pembangunan membuat penerimaan jasa perbulan dan jumlah total tamu yang menginap di Hotel Dirgantara terus menurun pada pertengahan tahun. Setelah pembangunan selesai pada akhir tahun, pendapatan Hotel Dirgantara beranjak naik. Dibawah ini terdapat data yang menarik untuk dibahas yaitu data pengunjung tamu yang berasal dari Semarang.

Data menunjukkan bahwa ada perbedaan peningkatan pengunjung asal Semarang dan luar Semarang. Data menunjukkan bahwa fluktuasi pengunjung asal luar Semarang menunjukkan kenaikan rata rata dengan tahun tahun sebelumnya sedangkan kenaikan pada pengunjung asal Semarang tingkat kenaikannya tidak dapat menyamai tahun tahun sebelumnya. Pertumbuhan yang tidak terlalu signifikan tersebut juga didukung oleh beberapa data pendukung lainnya yaitu data keluhan Hotel Dirgantara

Tabel 1.3
Data Pra-Survey Keluhan Pelanggan Hotel Dirgantara

No	Keluhan Pelanggan	Jumlah responden	Persentase keluhan
1	Tampak depan hotel yang tekesan lama	8	40%
2	Kamar kamar lama yang tidak ikut diperbaiki	4	20%
3	Kasur yang tidak baru	4	20%
4	Lampu mati	1	5%
5	Kamar mandi dikamar lama yang kurang bersih	3	15%
	TOTAL	20	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Data pra-survey mengenai keluhan tersebut membuat kepuasan pelanggan yang menjadi modal utama sebuah perusahaan yang menawarkan jasa penginapan. Tampak depan hotel yang kurang menarik membuat pelanggan merasa kurang yakin untuk menginap di hotel, selain itu pelanggan lama Hotel Dirgantara berpendapat bahwa banyak hal-hal kecil yang setelah pembangunan belum

diperbaiki atau diganti seperti lampu mati, kamar mandi lama yang tidak ikut dalam perbaikan dan terkesan kurang bersih, dan kasur yang tidak diperbarui. Hal ini yang dapat menyebabkan pelanggan kurang puas. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau outcome yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk (Kotler, 2011).

Loyalitas pelanggan menjadi variabel dependen pada penelitian ini karena variabel ini mewakili tujuan dari sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah sebuah tindakan komitmen dari pelanggan yang dimana semakin tinggi komitmen pelanggan, maka pelanggan rela dalam memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut terhadap produk tersebut (Bettencourt, 1997). Variabel dependen ini dipengaruhi oleh dua variabel independent yaitu *experiental marketing* dan kualitas pelayanan. kualitas layanan menjadi variabel yang digunakan karena sebuah layanan yang diberikan pada sebuah jasa menjadi salah satu tolak ukur dari baik atau buruknya sebuah jasa. *Experiental marketing* erat kaitannya dengan perusahaan jasa karena produk dari sebuah perusahaan jasa dirasakan secara langsung oleh pelanggannya. *Experiental marketing* dan kualitas pelayanan dihubungkan oleh variabel kepuasan pelanggan.

Sugiyarti dan Hendar (2015) menyatakan bahwa *Experiental marketing* adalah proses untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dan aspirasi yang menguntungkan. *Experiental marketing* juga digunakan oleh banyak perusahaan yang tidak hanya menawarkan jasa atau produk yang dijual tetapi juga

membuat pelanggan terkesan dan dapat merasakan emosi yang mendalam terhadap produk yang ditawarkan (Hannam, 2004). Dengan adanya *experiential marketing* pelanggan dapat mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan produk atau jasa yang sejenis karena adanya perasaan dan pengalaman yang digunakan secara langsung. Pengalaman yang ditawarkan Hotel Dirgantara setelah renovasi dilakukan pasti memiliki peningkatan dari mulai kamar-kamar yang lebih nyaman, lebih kedap suara, lebih harum dari sebelum renovasi dilakukan sehingga pengalaman yang ditawarkan lebih baik dari sebelumnya.

Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang ditentukan dari kualitas yang didapatkan dari pelanggan tersebut. Parasuraman *et al.* (1988) menyatakan bahwa kualitas layanan pelanggan memiliki lima dimensi, yaitu : *Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance, Empathy*. Setiap pelanggan memiliki penilaian individu terhadap kualitas layanan yang dirasakan dari setiap produk / jasa yang diterima. Dalam 36 tahun Hotel Dirgantara terus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanannya dan dalam 3 tahun terakhir pembangunan dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan. Pembangunan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas layanan hotel tersebut berimbang pada naik turunnya pendapatan yang diterima hotel. Ketidak seimbangan pendapatan yang diperoleh dalam 3 tahun ini menjadi sebuah cerminan bahwa

adanya ketidak stabilan kepuasan pelanggan selama terjadinya pembangunan dan pasca pembangunan hotel. Kepuasan pelanggan mengalami fluktuasi dikarenakan kenyamanan yang dialami menurun selama pembangunan terjadi dan hal hal yang masih dikeluhkan setelah pembangunan selesai yang tercantum dalam data pra-survey (Tabel 1.3).

Setiap individu pasti memiliki penilaiannya masing-masing terhadap suatu barang atau jasa. Oleh karena ini produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan suatu tujuan yang akan berdampak kepada kepuasan pelanggan. Jika respon dari pelanggan positif maka dapat berpotensi menciptakan loyalitas pelanggan. Maka dari itu tujuan dari memilih objek penelitian ini karena adanya suatu masalah yang terjadi dengan Hotel Dirgantara yaitu penurunan tingkat pengunjung asal Semarang dan luar semarang dan adanya keluhan yang dialami oleh pelanggan dilihat dari aspek *experintal marketing*, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas dijelaskan bahwa terjadi perbedaan dan ketidak selarasan antara pendapatan dengan tingkat banyaknya pengunjung asal Semarang yang dilayani oleh Hotel Dirgantara, penyebabnya dikarenakan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan didasarkan pada keluhan-keluhan yang dialami

pelanggan mengenai kualitas layanan, kualitas produk. Hal ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dari pelanggan Hotel Dirgantara.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik masalah penelitian “Apa yang membuat pelanggan merasa puas sehingga menjadi pelanggan yang loyal terhadap jasa yang ditawarkan oleh Hotel Dirgantara. Dari rumusan masalah di atas maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan, di antara lain sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan *experintal marketing*, kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan terhadap suatu layanan jasa.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan agar Hotel Dirgantara mendapatkan input input yang membangun dan mengevaluasi dari layanan yang diberikan.

3. Bagi pembaca

Penelitian yang dibuat diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi bagi pembacanya dan dapat dijadikan sebuah referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.4. Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis dalam lima bab dengan sistematika penulisan yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan masalah yang terdapat pada latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang menjadi pendukung dan acuan pada penelitian ini. Bab II membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai defisini operasional dari variabel penelitian, sampel dan populasi yang digunakan, jenis dan metode pengumpulan data yang diperlukan, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil uraian deskripsi dari objek penelitian yang telah dilakukan serta hasil analisis yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta uraian mengenai keterbatasan yang dialami penulis serta saran-saran yang berhubungan tentang penelitian tersebut.