

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*,
BRAND IMAGE, DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
HOTEL RADISSON BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Lilian Marisi

190910212

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FALKUTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*,
BRAND IMAGE, DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
HOTEL RADISSON BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh :

Lilian Marisi

190910212

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FALKUTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lilian Marisi
NPM : 190910212
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* HOTEL RADISSON BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata pada naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 14 Januari 2023



Lilian Marisi
190910212

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*,
BRAND IMAGE, DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
HOTEL RADISSON BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

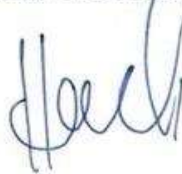
Oleh :

Lilian Marisi

190910212

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 14 Januari 2023



Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Experiential Marketing* mempengaruhi *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam, untuk mengetahui bagaimana *Brand Image* mempengaruhi *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam, untuk mengetahui bagaimana Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Hotel Radisson Kota Batam, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Experiential Marketing*, *Brand Image*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di Radisson Hotel Batam. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden tamu hotel Radisson Batam. Teknik analisis data menggunakan IBM SPSS versi 29. Hasil penelitian adalah (1) *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* Hotel Radisson Kota Batam dengan nilai t hitung $2,546 > 1,985$ t tabel. (2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam dengan nilai t hitung $1,998 > 1,985$ t tabel. (3) *Customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam dengan nilai t hitung $2,000 > 1,985$ t tabel. (4) *Experiential Marketing*, *Brand Image*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* Hotel Radisson Kota Batam dengan nilai F hitung $3,784 > F$ tabel 2,70.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, *Experiential Marketing*, Kuantitatif.

ABSTRACT

This study aims to find out how Experiential Marketing affects Customer Loyalty at Radisson Hotels in Batam City, to find out how Brand Image affects Customer Loyalty at Radisson Hotels in Batam City, to find out how Customer Satisfaction affects Customer Loyalty at Radisson Hotels in Batam City, and to find out how the influence of Experiential Marketing, Brand Image, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Radisson Hotel Batam. Quantitative research methods with data collection techniques using questionnaires distributed to 100 respondents to Radisson Batam hotel guests. The data analysis technique uses IBM SPSS version 29. The results of the study are (1) Experiential Marketing has a positive and significant effect on Customer Loyalty at the Radisson Hotel, Batam City with a t value of 2.546 > 1.985 t table. (2) brand image has a positive and significant effect on customer loyalty at the Radisson Hotel in Batam City with a t-count of 1.998 > 1.985 t-table. (3) customer loyalty has a positive and significant effect on customer loyalty at the Radisson Hotel in Batam City with a t value of 2,000 > 1,985 t table. (4) Experiential Marketing, Brand Image, and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty at the Radisson City Hotel Batam with a calculated F value of 3.784 > F table 2.70.

Keywords : *Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Experiential Marketing, Quantitatif.*

KATA PENGANTAR

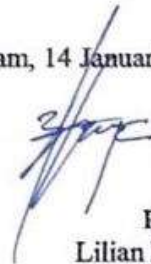
Puji syukur peneliti atas rahmat dan kebaikan Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam,
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora,
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam,
4. Bapak Heryenzus S.Kom., MSi. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam,
5. Seluruh Dosen beserta Staff Univesitas Putera Batam,
6. Keluarga, terutama orang tua penulis yang telah memberikan banyak dorongan, bantuan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini,
7. Teman-teman seperjuangan penulis yang senantiasa membantu dan memberikan dorongan serta masukan positif kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 14 Januari 2023



Penulis
Lilian Marisi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	11
1.6.1. Manfaat Teoritis	11
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Experiential Marketing	13
2.1.2 Brand Image	15
2.1.3 Customer Satisfaction	17
2.1.4 Customer Loyalty.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Berpikir.....	26
2.3 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Operasional Penelitian	28
3.2.1 Variabel Bebas (X).....	28
3.2.2 Variabel Terikat (Y).....	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	30
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.4 Uji Pengaruh	33
3.6.5 Uji Hipotesis	34
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	35
3.7.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Profil Responden.....	37
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	40
4.2 Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	45
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.2.4 Uji Pengaruh	52
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	55
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	65
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	102
LAMPIRAN 4 HASIL TURNITIN	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Experiential Marketing</i> (Keluhan Konsumen)	3
Gambar 1.2 <i>Experiential Marketing</i> (Keluhan Konsumen)	4
Gambar 1.3 <i>Experiential Marketing</i> (Keluhan Konsumen)	4
Gambar 1.4 <i>Customer Satisfaction</i> (Keluhan Konsumen)	6
Gambar 1.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Keluhan Konsumen)	7
Gambar 1.6 <i>Customer Satisfaction</i> (Keluhan Konsumen)	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot Standardized</i>	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra Penelitian <i>Brand Image</i> Hotel Radisson	5
Tabel 1.2 Jumlah pengunjung Hotel Radisson Batam	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahul	23
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	30
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	35
Tabel 4.1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Profil Responden Menurut Usia	38
Tabel 4.3 Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.4 Profil Responden Menurut Pekerjaan	40
Tabel 4.5 Rentang Skala	41
Tabel 4.6 Hasil Pernyataan Indikator <i>Experiential Marketing</i>	41
Tabel 4.7 Hasil Pernyataan Indikator <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.8 Hasil Pernyataan Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel 4.9 Hasil Pernyataan Indikator <i>Customer Loyalty</i>	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.19 Hasil Uji T	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan)	57

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	29
Rumus 3.2 Rentang Kelas	31
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	31
Rumus 3.4 <i>Cronbach Alpha</i>	32
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	33