



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE
QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER
SATISFACTION* JANJI JIWA**

SKRIPSI

NATASYA RAHMADANI 2210111107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2025**



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE
QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER
SATISFACTION* JANJI JIWA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

NATASYA RAHMADANI 2210111107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Natasya Rahmadani
NIM : 2210111107

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Natasya Rahmadani

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Rahmadani
NIM : 2210111107
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* JANJI JIWA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Natasya Rahmadani

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*,
SERVICE QUALITY DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION JANJI JIWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NATASYA RAHMADANI 2210111107

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP
Ketua Penguji

Dra. Pusporini, MM
Penguji I

Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS, MBA, CWM
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan

Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2025

Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service quality* Dan *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Janji Jiwa

By Natasya Rahmadani

Abstract

This study examines the influence of experiential marketing, service quality, and product quality on customer satisfaction among Gen Z customers at Janji Jiwa Nusantara. Using quantitative methods, data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using PLS-SEM. The results showed that all indicators met the validity and reliability criteria, with an R^2 value of 0.602 and a Q^2 of 0.364. The study findings revealed that experiential marketing had a positive but insignificant influence, so the experience provided was not able to significantly increase customer satisfaction. In contrast, service quality and product quality were proven to have a positive and significant influence, thus becoming the main determinants in shaping customer satisfaction. Thus, consistent service quality and good product quality play a more dominant role than the experience offered. This study confirms that improving service and product quality needs to be the focus of strategies to increase customer satisfaction in the coffee shop industry.

Keywords: Customer Satisfaction, Experiential Marketing, Gen – Z, Product quality, Service quality

Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service quality* Dan *Product quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Janji Jiwa

Oleh Natasya Rahmadani

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh *experiential marketing*, *service quality*, dan *product quality* terhadap customer satisfaction pada pelanggan Gen Z di Janji Jiwa Nusantara. Menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, dengan nilai R^2 sebesar 0,602 dan Q^2 sebesar 0,364. Temuan penelitian mengungkap bahwa *experiential marketing* memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan, sehingga pengalaman yang diberikan belum mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata. Sebaliknya, *service quality* dan *product quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sehingga menjadi determinan utama dalam membentuk *customer satisfaction*. Dengan demikian, kualitas layanan yang konsisten dan mutu produk yang baik berperan lebih dominan dibandingkan pengalaman yang ditawarkan. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan pelayanan dan kualitas produk perlu menjadi fokus strategi penguatan kepuasan pelanggan dalam industri coffee shop.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction*, *Experiential Marketing*, Gen – Z, *Product quality*, *Service quality*

HALAMAN BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Natasya Rahmadani

NIM : 2210111107

Program Studi : Manajemen SI

Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE QUALITY DAN PRODUCT
QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION JANJI JIWA**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM, CFMP	Ketua	
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 16 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen SI

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Janji Jiwa” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas dukungan kelembagaan dalam pelaksanaan penelitian ini.
2. Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen S1, atas arahan dan dukungan akademik selama masa studi.
3. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., M.BA., CWM, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu pengetahuan, serta motivasi dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moril maupun materiil, serta menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar bagi peneliti.
5. Teman-teman grup mainlah sekaligus teman kampus, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman SMP, khususnya Nadia dan Kezia, serta teman-teman SMA, yaitu Ndi, Rara, dan Cici, atas persahabatan, dukungan, dan kenangan yang turut memberi semangat kepada peneliti.
7. Refansha Zidan Ramadhan, yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Atika Kesha Febriyani, selaku teman 24/7 yang senantiasa menemani peneliti dalam suka dan duka serta memberikan dukungan tanpa henti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Jakarta, Desember 2025

Natasya Rahmadani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2. Manajemen Pemasaran Jasa	14
2.1.2. Perilaku Konsumen	15
2.1.3. <i>Customer satisfaction</i>	17
2.1.4. <i>Experiential marketing</i>	18
2.1.5. <i>Service quality</i>	21
2.1.5. <i>Product quality</i>	23
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3. Model Penelitian	35
2.3.1. Pengaruh <i>Experiential marketing</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	36
2.3.2. Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	36
2.3.3. Pengaruh <i>Product quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	37
2.4. Hipotesis.....	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 39
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1. Definisi Operasional.....	39
3.1.2. Pengukuran Variabel	40
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1. Jenis data	42

3.3.2.	Sumber data.....	42
3.3.3.	Pengumpulan data	42
3.4.	Teknik Analisis Data	44
3.4.1.	Analisis Data Deskriptif.....	44
3.4.2.	Teknik Analisis Data Inferensial	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	57
4.2.1.	Deskripsi Data Penelitian.....	58
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif.....	61
4.3.	Analisis Data Inferensial	68
4.3.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.3.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.4.	Uji Hipotesis.....	76
4.5.	Pembahasan.....	78
4.5.1.	Pengaruh <i>Experiential marketing</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	78
4.5.2.	Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	79
4.5.3.	Pengaruh <i>Product quality</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	82
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Keterbatasan Penelitian	86
5.3.	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrix Penelitian Sebelumnya.....	31
Tabel 2. Pengukuran Variabel Penelitian	40
Tabel 3. Bobot Penilaian Skala Likert	43
Tabel 4. Kisi – Kisi Instrumen.....	43
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	45
Tabel 6. Interpretasi Nilai R^2	53
Tabel 7. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Experiential marketing</i> (X1).....	62
Tabel 8. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service quality</i> (X2).....	64
Tabel 9. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product quality</i> (X3).....	65
Tabel 10. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer satisfaction</i> (Y)	67
Tabel 11. Nilai Outer Loading	71
Tabel 12. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	72
Tabel 13. HTMT	72
Tabel 14. <i>Cronbach's Alpha</i>	73
Tabel 15. <i>Composite reliability (rho_c)</i>	73
Tabel 16. <i>R-Square</i>	75
Tabel 17. <i>Q-Square</i>	76
Tabel 18. Uji Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ringkasan Pasar Kopi Dunia	2
Gambar 2. Konsumsi Kopi di Indonesia.....	3
Gambar 3. Top Brand Index Kedai Kopi	5
Gambar 4. Nilai Penjualan Janji Jiwa 2022 – 2023 (USD Juta).....	5
Gambar 5. Survei Kedai Kopi Favorit Gen Z.....	6
Gambar 6. Google Review (2025).....	7
Gambar 7. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	35
Gambar 8. Langkah - Langkah Smart PLS.....	47
Gambar 9. Inner Model.....	48
Gambar 10. Outer Model.....	49
Gambar 11. Path Analisis.....	50
Gambar 12. Logo Janji Jiwa	56
Gambar 13. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	58
Gambar 14. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	59
Gambar 15. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	60
Gambar 16. Karakteristik Responden Menurut Intensitas.....	61
Gambar 17. Hasil Outer Model	70
Gambar 18. Inner Model.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2.	Data Jawaban Penelitian
Lampiran 3.	Data Jawaban Penelitian
Lampiran 4.	Hasil Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 5.	Hasil Output Outer Model Penelitian
Lampiran 6.	Output Data Penelitian
Lampiran 7.	Bukti Sebar Kuesioner
Lampiran 8.	Gambar T Tabel