

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA TERAS BEKAMIN CAFÉ & RESTO BANDUNG**

Disusun oleh:

Laras Niken Pramanti

Dibawah bimbingan:

Deni Hamdani, SE., MSi

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Teras Bekamin Café & Resto Bandung.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk 100 responden yang ditemui di Teras Bekamin dari tahun 2017 ke tahun 2018. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan reliabilitas menunjukkan bahwa *experiential marketing* pada Teras Bekamin termasuk pada kategori cukup baik dengan skor 62,91% dan loyalitas pelanggan juga termasuk pada kategori cukup baik dengan skor 52,22%. Nilai koefisien determinasi sebesar 39,1%.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*, Loyalitas Pelanggan.

*The influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty for Teras
Bekamin Café & Resto Bandung*

Written by:

Laras Niken Pramanti

Under supervised by:

Deni Hamdani, SE., MSi

ABSTRACT

This study was conducted to find out how the Experienced Marketing, Customer Loyalty and to find out how the influences of The Experienced Marketing on the Customer Loyalty at Teras Bekamin Café and Resto Bandung.

The method used are descriptive and verificative method, with data collection technique through questionnaires for 100 respondents found in Teras Bekamin from 2017 to 2018. Data analysis used simple linier regression analysis.

Based on the results of hypothesis test and reliability shows that the experimental marketing on Teras Bekamin its good enough with a score 62.01% and customer loyalty also has good enough score too with 52.22%. The value of determination coefficient is 39.1%.

Keyword: Experiential Marketing, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Teras Bekamin Café & Resto Bandung”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar Strata 1 (S1), Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas.

Dengan kerendahan hati, saya menyadari bahwa dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang saya miliki. Dan dalam penulisan skripsi ini saya menyadari bahwa saya tidak lepas dari pihak yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya selaku penulis, mengucapkan terima kasih kepada Bapak Deni Hamdani, SE., MSi selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan semangat, motivasi dan masukan yang telah diberikan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penelitian skripsi, serta memberikan banyak ilmu kepada penulis. Saya juga mengucapkan terima kasih yang tak pernah putus untuk semua pihak, diantaranya :

1. Prof. Dr. Ina Primiana, SE., MT., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas.

2. Dr. rer.nat. Martha Fani Cahyandito, SE., M.Sc., CSRS., selaku Wakil Ketua I.
3. Dr. Herry Achmad Buchory, SE., MM., selaku Wakil Ketua II.
4. Dr. Sudi Rahayu, SE., MM., selaku Wakil Ketua III.
5. Dr. Iim Hilman, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen STIE Ekuitas.
6. Mirza Hedismarlina Yuneline, ST., MBA., QWP., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen STIE Ekuitas.
7. Herry Syaeful Homan, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Wali Manajemen 5 Angkatan 2014.
8. Seluruh Dosen Pengajar Prodi S1 Manajemen yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh staf BAAK, BAU dan Perpustakaan yang selama ini membantu penulis dalam bidang administrasi.
10. Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi, Ibu Wiwi Eko Hartiwi dan Bapak Ja'far Mawardi, terima kasih juga kepada Muhammad Nur kakak saya tercinta. Terima kasih atas dukungan, do'a, dan perhatian yang tiada hentinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Ilham Aliyudin, terima kasih karena selalu menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan keluh-kesah, setia memberikan semangat dan dukungan selama penulis mengerjakan skripsi.
12. Iis Aisyah Januarti, Iis Ayu Apriliani, Santi Dewi, dan Desti Ratnasari, sahabat yang senantiasa membantu bersedia untuk mendengarkan segala keluh kesah penulis.

13. Teman tercinta Ulfa Nurul Janah, Nurul Fattimah, dan Nisa Puji Lestari, yang telah bersama-sama melalui masa perkuliahan dari masa ospek sampai ke tahap skripsi, menemani dan memberikan motivasi, semangat dan tak lupa dengan canda tawa yang menjadikan penulis semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Teman seperjuangan dalam satu bimbingan, Solihat, Ratih, Al, Ichsan, Anton, dan Budi. Terima kasih karena selalu memberikan bantuan dan informasi kepada penulis.
15. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2014 yang telah bersama berjuang dari awal untuk mendapatkan gelar yang sama.
16. Owner di Teras Bekamin, Ibu Nuvi. Terima kasih atas kerja sama dan izin diperbolehkannya melakukan penelitian di Teras Bekamin Café & Resto Bandung.
17. Semua pihak yang terkait lainnya yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya ucapkan terima kasih.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya selaku penulis, dan bagi pembaca serta pihak-pihak lainnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan kepada saya selaku penulis dan pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

Aamiin Yarabbal'alamiin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabaraakatuh

Bandung, 15 Agustus
2018

Laras Niken Pramanti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	16
2.1.2.1 Konsep Pemasaran	17
2.1.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.1.3 Definisi Perilaku Konsumen	22

2.1.3.1 Model Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4 <i>Experiential Marketing</i>	27
2.1.4.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	27
2.1.4.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	28
2.1.4.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	31
2.1.4.4 <i>Strategic Experiential Marketing Modules</i> (<i>SEMs</i>).....	32
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	37
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	37
2.1.5.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	37
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	38
2.1.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2.1.6.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	39
2.1.6.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	40
2.1.6.4 Faktor-faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan	41
2.1.6.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan	42
2.1.7 Penelitian Terdahulu	44
2.2 Kerangka Pemikiran.....`	50
2.3 Paradigma Penelitian.....	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	56
3.1 Objek Penelitian.....	56

3.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	56
3.1.2	Visi dan Misi.....	57
3.1.3	Struktur Organisasi.....	58
3.2	Metode Penelitian.....	59
3.2.1	Metode yang Digunakan	59
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	61
3.2.3	Populasi dan Tehnik Penarikan Sampel.....	66
3.2.3.1	Populasi.....	66
3.2.3.2	Sampel.....	66
3.2.3.3	Tehnik Pengumpulan Data.....	68
3.2.4	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	69
3.2.4.1	Analisis Deskriptif	69
3.2.4.2	Instrumen Penelitian.....	71
3.2.4.3	Uji Validitas	73
3.2.4.4	Reliabilitas.....	74
3.2.4.5	Uji Normalitas.....	75
3.2.4.6	Transformasi Data Dengan <i>Methods Of</i> <i>Successive Interval (MSI)</i>	75
3.2.4.7	Analisis Regresi Linier Sederhana	76
3.2.4.8	Pengujian Hipotesis (Uji-t)	77
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1	Gambaran Umum Responden.....	80
4.1.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian dan Gambaran Umum Responden.....	85

4.1.2 Uji Validitas.....	86
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	89
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	90
4.1.4.1 Deskripsi Mengenai <i>Experiential Marketing</i> pada Teras Bekamin	90
4.1.4.2 Deskripsi Mengenai Dimensi <i>Sense</i>	91
4.1.4.3 Deskripsi Mengenai Dimensi <i>Feel</i>	94
4.1.4.4 Deskripsi Mengenai Dimensi <i>Think</i>	101
4.1.4.5 Deskripsi Mengenai Dimensi <i>Act</i>	105
4.1.4.6 Deskripsi Mengenai Dimensi <i>Relate</i>	109
4.1.4.7 Rekapitulasi Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Experiential</i> <i>Marketing</i> Secara Keseluruhan.....	112
4.1.5 Analisis Deskriptif.....	116
4.1.5.1 Deskripsi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Teras Bekamin	116
4.1.5.2 Rekapitulasi Analisis Pernyataan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan Secara Keseluruhan	126
4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	129
4.3 Uji Hipotesis (Uji-t)	130
4.4 Koefisien Determinasi.....	133
4.5 Uji Normalitas.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135

5.1 Kesimpulan 135

5.2 Saran..... 137

DAFTAR PUSTAKA 140

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.1	Peringkat Destinasi Kota Wisata Favorit	3
1.2	Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2013-2015	3
1.3	Jumlah Pengunjung Teras Bekamin Café & Resto Bandung Periode September 2017-Februari 2018.....	5
1.4	Penilaian Responden Mengenai <i>Experiential Marketing</i> pada Teras Bekamin Café & Resto Bandung	6
1.5	Penilaian Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Teras Bekamin Café & Resto Bandung	9
2.1	Penelitian Terdahulu	44
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	62
3.2	Interval Interpretasi Hasil Penelitian	70
3.3	Interval Interpretasi Hasil Penelitian Setiap Variabel	70
3.4	Skor Kategori Skala Likert.....	72
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.4	Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Per-bulan.....	83
4.5	Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Teras Bekamin	84
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	86
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	88

4.8	Hasil Uji Reliabilitas	90
4.9	Indikator Responden Mengenai Indikator Desain Interior Café	91
4.10	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kebersihan Café.....	92
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Penampilan Karyawan	93
4.12	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Cita Rasa Makanan/minuman.....	95
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Fasilitas Café.....	96
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pelayanan Café.....	97
4.15	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Perhatian Pelayan.....	98
4.16	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keamanan Makanan/minuman.....	99
4.17	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Variasi Menu.....	101
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Harga Makanan/minuman.....	102
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lokasi Strategis.....	103
4.20	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Penanganan Keluhan	105
4.21	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Interaksi Pelayan Dengan Konsumen	106
4.22	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Layanan Tambahannya.....	108

4.23	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pegawai	
	Mudah Akrab	109
4.24	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Terciptanya	
	Hubungan Dengan Pegawai	111
4.25	Rekapitulasi Analisis Pernyataan Responden Mengenai	
	<i>Experiential Marketing</i> Secara Keseluruhan	112
4.26	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Waktu	
	Datang Kembali	116
4.27	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Intensitas	
	Pembelian.....	118
4.28	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Rekomendasi	
	Kepada Keluarga.....	119
4.29	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Rekomendasi	
	Kepada Teman	121
4.30	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Tanggapan	
	Positif.....	122
4.31	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Bertahan	123
4.32	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Menolak	124
4.33	Rekapitulasi Analisis Pernyataan Responden Mengenai	
	Loyalitas Pelanggan	126
4.34	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	130
4.35	Uji Hipotesis.....	131
4.36	Koefisien Determinasi.....	133
4.37	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	134

DAFTAR GAMBAR

1.1	Grafik Jumlah pengunjung Teras Bekamin Café & Resto Bandung September 2017-Februari 2018	6
1.2	Fasilitas Café	7
1.3	Variasi Menu.....	8
1.4	Intensitas Pembelian Ulang.....	10
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	24
2.2	Kerangka Pemikiran.....	54
2.3	Paradigma Penelitian.....	55
3.1	Teras Bekamin Café & Resto Bandung	57
3.2	Struktur Organisasi.....	58
3.3	Interval Interpretasi Hasil Penelitian	71
3.4	Kurva Uji-t	79
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4.4	Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Per-bulan.....	84
4.5	Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Teras Bekamin	85
4.6	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Desain Interior Cafe.....	91
4.7	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Kebersihan Cafe.....	92
4.8	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Penampilan Karyawan	94

4.9	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Cita Rasa	
	Makanan/minuman.....	95
4.10	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Fasilitas Café.....	96
4.11	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Pelayanan Café	97
4.12	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Perhatian Pelayan.....	99
4.13	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Keamanan	
	Makanan/minuman.....	100
4.14	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Variasi Menu.....	101
4.15	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Harga	
	Makanan/minuman.....	103
4.16	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Lokasi Strategis.....	104
4.17	Analisis Deskriptif Penanganan Keluhan.....	105
4.1.8	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Interaksi Pelayan	
	Dengan Konsumen.....	107
4.1.9	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Layanan Tambahan.....	108
4.10	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Pegawai Mudah Akrab.....	110
4.11	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Terciptanya Hubungan	
	Dengan Pegawai.....	111
4.12	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Variabel <i>Experiential</i>	
	<i>Marketing</i>	115
4.13	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Waktu Datang Kembali.....	117
4.14	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Intensitas Pembelian	118
4.15	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Rekomendasi Kepada	
	Keluarga	120

4.16	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Rekomendasi Kepada Teman.....	121
4.17	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Tanggapan Positif	122
4.18	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Bertahan	124
4.19	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Menolak	125
4.20	Analisis Deskriptif Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan	128



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Variabel X dan Y
- Lampiran 3 Hasil *output* program statistik *software* SPSS v.24
- Lampiran 4 *Successive Interval*
- Lampiran 5 Tabel Distribusi R
- Lampiran 6 Tabel Disribusi T
- Lampiran 7 *Photocopy* Surat Keputusan Bimbingan
- Lampiran 8 *Photocopy* Kartu Bimbingan
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

