

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tentang “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Umaeh Inyong di Purwokerto”.

Skripsi ini telah saya susun dengan semaksimal mungkin dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Rd. Asep Kadarohman, M.Si., Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi strata satu di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Dr. Agus Mulyanana, M.Hum., Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
3. Bapak Agus Sudono, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering dan sekaligus Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian dan telah memberikan bimbingan serta pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Ibu HP Diyah Setiyorini, M.M., Pembimbing Skripsi II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Pemilik dan karyawan Restoran Umaeh Inyong, yang telah memberikan izin dan kerjasamanya selama proses penelitian.
6. Kedua orangtua tercinta, mama dan ayah terimakasih atas segala doa, pengorbanan, cinta dan dukungan yang telah kalian berikan padaku tiada henti-hentinya sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.

i

Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN UMAEH INYONG DI PURWOKERTO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

7. Adikku tercinta, Nadilla Arum Dwijayanti yang selalu menemani dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman Manajemen Industri Katering angkatan 2014, terutama untuk Fiani Nurul Faridah, Irna Novia Fitriani, Hanifah Nur Fauziah, dan Rahmawati Fitri, terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya, serta semangat yang selalu kalian berikan.
9. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terlepas dari semua itu, saya menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka saya menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar saya dapat memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Bandung, April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Konsep Pariwisata dan Restoran.....	8
2.1.1.1 Pengertian Pariwisata.....	8
2.1.1.2 Pengertian Restoran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Konsep Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4 Konsep <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.4.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.4.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.4.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	15
2.1.4.4 <i>Strategic Experiential Modules (SEMs)</i> ..	16

2.1.4.5	<i>Experience Providers</i>	18
2.1.5	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.5.2	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5.3	Faktor Pembentukan Kepuasan	20
2.1.5.4	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.6	Konsep Loyalitas Pelanggan.....	21
2.1.6.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
2.1.6.2	Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	22
2.1.6.3	Faktor Pembentuk Loyalitas.....	22
2.1.6.4	Karakteristik Pelanggan Loyal.....	22
2.1.6.5	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	23
2.1.6.6	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.6.7	Tingkatan Loyalitas.....	25
2.1.7	Penelitian Terdahulu.....	26
2.1.8	Originalitas Penelitian.....	26
2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
2.3	Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Subyek Penelitian.....	29
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	29
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian.....	29
3.2.2	Operasional Variabel.....	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Jenis Data.....	36
3.4.1	Data Primer.....	36
3.4.2	Data Sekunder.....	37
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5.1	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.2	Instrumen Penelitian.....	38
3.5.2.1	Validitas.....	38
3.5.2.2	Realibilitas.....	40
3.6	Metode Analisis Data.....	41
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	41

3.6.1.1 Uji Multikolinearitas.....	41
3.6.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.6.1.3 Uji Normalitas.....	42
3.6.2 Analisis Linear Regresi Berganda.....	42
3.6.3 Uji Hipotesis.....	43
3.6.3.1 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	43
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	43
3.6.4.1 Koefisien Determinasi Parsial.....	43
3.6.4.2 Koefisien Determinasi Simultan.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Restoran.....	45
4.1.1 Logo Restoran.....	45
4.1.2 Struktur Organisasi Restoran.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Gambaran Karakteristik Responden.....	46
4.2.2 Gambaran Pengalaman Responden.....	48
4.2.3 Gambaran <i>Experiential Marketing</i> Pada RestoranUmaeh Inyong.....	51
4.2.3.1 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Sense Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong...51	
4.2.3.2 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Feel Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	53
4.2.3.3 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Think Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	54
4.2.3.4 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Act Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	55
4.2.3.5 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Relate Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	56
4.2.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Experiential Marketing</i> Pada Restoran Umaeh Inyong.....	57
4.2.4 Gambaran Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	59
4.2.4.1 Tanggapan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan di Restoran Umaeh Inyong.....	59

4.2.4.2	Tanggapan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk di Restoran Umaeh Inyong.....	60
4.2.4.3	Tanggapan Pelanggan Terhadap Harga di Restoran Umaeh Inyong.....	61
4.2.4.4	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	62
4.2.5	Gambaran Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	63
4.2.5.1	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Repeat Purchase</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	63
4.2.5.2	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Retention</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	64
4.2.5.3	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Referalls</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	65
4.2.5.4	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	67
4.2.6	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.6.1	Uji Multikolinieritas.....	68
4.2.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.6.3	Uji Normalitas.....	70
4.2.7	Koefisien Determinasi (R ²).....	71
4.2.7.1	Koefisien Determinasi Parsial.....	71
4.2.7.2	Koefisien Determinasi Simultan.....	71
4.2.8	Uji Hipotesis.....	72
4.2.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	72
4.2.8.2	Uji Simultan (Uji F).....	73
4.2.9	Uji Analisis Regresi Berganda.....	73
4.3	Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisman ke Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengunjung Restoran Umaeh Inyong.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Logo Restoran.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Restoran.....	46

vii

Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018

*PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN UMAEH INYONG DI
PURWOKERTO*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Experiential Marketing</i>	58
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan.....	63
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan.....	68
Gambar 4.6 Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	69
Gambar 4.7 Grafik Uji Normalitas.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Potensi dan Obyek Wisata Banyumas Jawa Tengah.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Restoran Umaeh Inyong.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Asal/ Domisili.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pendapatan.....	48
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Menurut Jumlah Kunjungan.....	48
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Menurut Alasan Berkunjung.....	49
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Menurut Menu Yang Sering Dipesan.....	49
Tabel 4.9 Pengalaman Responden Menurut Rata-rata Pengeluaran Biaya.....	50
Tabel 4.10 Pengalaman Responden Menurut Dengan Siapa Berkunjung.....	50
Tabel 4.11 Pengalaman Responden Menurut Waktu Yang Dihabiskan.....	51
Tabel 4.12 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Sense Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	52
Tabel 4.13 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Feel Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	53
Tabel 4.14 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Think Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	54
Tabel 4.15 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Act Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	55
Tabel 4.16 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Relate Marketing</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	56
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Experiential Marketing</i> Pada Restoran Umaeh Inyong.....	57

Tabel 4.18 Tanggapan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan di Restoran Umaeh Inyong.....	59
Tabel 4.19 Tanggapan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk di Restoran Umaeh Inyong.....	60
Tabel 4.20 Tanggapan Pelanggan Terhadap Harga di Restoran Umaeh Inyong.....	61
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	62
Tabel 4.22 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Repeat Purchase</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	64
Tabel 4.23 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Retention</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	65
Tabel 4.24 Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Referalls</i> di Restoran Umaeh Inyong.....	66
Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Umaeh Inyong.....	67
Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	71
Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan.....	72
Tabel 4.29 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	72
Tabel 4.30 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4.31 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Pembimbing Skripsi
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y
Lampiran 4	Koding Data Karakteristik Responden
Lampiran 5	Koding Data Pengalaman Responden
Lampiran 6	Koding Variabel X dan Y
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Deskriptif
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Variabel X dan Y Menggunakan SPSS 16.0 <i>For windows</i>
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
Lampiran 11	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup