

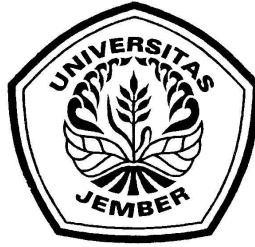
**ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada BBC Gazebo Cafe Jember)**

SKRIPSI

oleh :

**Endang Kurniawati
NIM. 070810291197**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada BBC Gazebo Cafe Jember)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember

oleh :

**Endang Kurniawati
NIM. 070810291197**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas
Pelanggan (Studi pada BBC Gazebo Cafe Jember)
Nama : Endang Kurniawati
NIM : 07010291197
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198602 1 002

Dr. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 19610317 198802 1 001

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.si
NIP. 19661020 199002 2 001

Tanggal Persetujuan : 16 Februari 2012

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ENDANG KURNIAWATI

NIM : 070810291197

menyatakan dengan sesungguhnya penelitian yang berjudul “Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BBC Gzebo Cafe Jember)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan saya sebutkan sumbernya belum pernah diajukan pada instansi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 Februari 2012

Yang membuat pernyataan,

Endang Kurniawati
NIM 070810291197

PENGESAHAN
ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA BBC GAZEBO CAFE JEMBER)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : ENDANG KURNIAWATI

NIM : 070810291197

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

28 Februari 2012.

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji:

1. Ketua : Drs. Sudaryanto, MBA., Ph.D :
NIP. 19960408 199103 1 001
2. Sekretaris : Dr. Bambang Irawan, M.si :
NIP. 19610317 198802 1 001
3. Anggota : Prof. Dr. H. R Andi Sularso, MSM :
NIP. 19600413 198602 1 002

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc.
NIP. 19560831 198403 1 002

MOTTO

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ (2) اَللّٰهُمَّ اِنِّیْ اَسْئَلُکَ (1) بِاَسْمَائِکَ السَّیْمِیَّاتِ

اَلْحَمْدُ لَکَ (5) اِنِّیْ اَسْئَلُکَ (4) بِاَسْمَائِکَ السَّیْمِیَّاتِ (3)

اَللّٰهُمَّ اِنِّیْ اَسْئَلُکَ (8) بِاَسْمَائِکَ السَّیْمِیَّاتِ (7) بِاَسْمَائِکَ السَّیْمِیَّاتِ (6) QS : 94 : 1 – 8.

Artinya : Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.

(1) Bukankah Kami telah melapangkan untukmu dadamu. (2) Dan Kami telah menghilangkan dari padamu bebanmu, (3) Yang memberatkan punggungmu. (4) Dan Kami tinggikan bagimu sebutan (nama) mu. (5) Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,(6) sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (7) Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh- sungguh (urusan) yang lain, (8) Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap. QS : 94 : 1 – 8.

“ Tak ada yang jatuh dari Langit dengan cuma – cuma, semua usaha dan doa. Kemenangan hari ini bukanlah berarti Kemenangan esok hari, Kegagalan hari ini bukanlah berarti Kegagalan esok hari. Hidup adalah Perjuangan tanpa henti – henti, usah kau menangi hari kemarin”. Dewa.

“I’ll Spread My Wings And I Learn How To Fly, I’ll Do What It Takes Till I Touch The Sky. I’ll Take A Risk, Take A Chance, Make A Change And Breakaway”. Kelly Clarkson.

PERSEMBAHAN

Dengan ucapan basmallah karya ini kupersembahkan kepada
Allah, Azza Wa Jalla
Dzat penguasa kerajaan langit dan bumi
Karya ini adalah sebagian dari rasa syukurku atas segala kekuatan
yang telah Engkau anugerahkan pada hambaMu yang lemah ini
sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Ibunda Nur Komsatun (Almh.)

Bunda, kaulah harta paling berharga dalam hidupku.
Bunda, karya kecil ini adalah pengabdian atas setiap tetesan peluh dari keningmu dan
kasih sayangmu yang tulus. Semoga karya kecil ini bisa mewakili rasa terima kasihku
dan bisa membuatmu tersenyum bangga di Surga.

Ayahanda Bambang Guritno

Ayah, Karya ini adalah suatu bentuk dedikasi untuk keluarga kita.
Ananda harap karya kecil ini bisa mewakili rasa terima kasihku kepadamu, bisa
membuatmu bangga dan berkata, “ *You are my beloved Daughter, and I proud to
You*”.

Ibunda Sri Martati dan Papa Nursalam

Karya kecil ini adalah Sebagai rasa hormat dan ucapan terima kasihku atas setiap
butiran keringat yang menetes dari keningmu. Karya kecil ini adalah ungkapan
pengabdian atas kasih sayang, bimbingan dan motivasi yang telah engkau berikan.

Kakakku Tercinta,

Puji Rahayu dan Galih Prasasti (Almh.)
Atas segala pengorbanan, dukungan, motivasi dan inspirasi tiada henti selama ini
sehingga adikmu ini dapat menyelesaikan tanggung jawab dengan baik.

Keluarga Besar Soedjito (Alm.)

Karya kecil ini adalah sebuah pembuktian dan sebetuk tanggung jawab
Terima kasih untuk segala inspirasi dan motivasi yang tiada henti.

Almamater yang ku banggakan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu dan penulis berharap agar karya ini dapat memberi manfaat bagi penelitian selanjutnya. dalam penelitian ini, penulis mengambil judul “**Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BBC Gazebo Cafe Jember)**”.

Penulis dibantu oleh berbagai pihak untuk mewujudkan penulisan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Dr. Moh. Saleh, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan motivasi.
3. Bapak Dr. Moh. Dimiyati, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan dan memberikan motivasi.
5. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan dan mendukung penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak Drs. Agus Priyono, MM yang telah memberikan motivasi sehingga penulis terpacu untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Bapak / Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.

9. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
10. Bapak / Ibu Administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember (Mas Yuli, Mbak Linda, Mas Nono dan lainnya) yang telah membantu dan memberikan pelayanan dengan baik.
11. Bapak / Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membantu dan memberikan pelayanan dengan baik..
12. Bapak / Ibu Pengelola dan Pelanggan BBC Gazebo Cafe Jember atas bantuan dan kerja sama yang pernah diberikan kepada penulis selama pelaksanaan penelitian.
13. Kedua Orang tuaku, Ibunda Nur Komsatun (Almh.) dan Ayahanda Bambang Guritno yang selalu memberikan kasih sayang, doa, inspirasi dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
14. Ibunda Sri Martati dan Papa Nursalam yang selalu memberi kasih sayang, doa, nasehat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
15. Keluarga Besar Bapak / Ibu Soedjito (Alm.) yang telah memberikan segala doa, motivasi dan inspirasi.
16. Keluarga Besar Bapak / Ibu H. Lalu Syakur yang telah atas memberikan bantuan, doa dan semangat.
17. Keluarga besar Bapak / Ibu Nurcahyo, SH yang telah memberikan bantuan, doa dan semangat.
18. Keluarga Besar Bapak / Ibu Seneman yang telah atas memberikan segenap bantuan, doa dan semangat.
19. Sahabat-sahabatku tersayang: Aditya, Mitha, Ayu, dan Andi yang telah atas memberikan segenap bantuan, doa dan semangat.
20. Rekan-rekan proyek: Drs. Ec. Heru Winarko, Tri Santoso Lahay, SH, Gogiek Hermawan, ST dan lainnya yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan secara moral, spiritual serta material.

21. Teman-teman kosan Muslimah: Ariza, Nila, Lia, Mbak Titin, Dek Rani dan lainnya yang telah atas memberikan segenap bantuan, doa dan semangatnya.
22. Teman-teman KEMAPATA (Keluarga Mahasiswa Penataran Blitar).
23. Teman-teman HIMARES Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
24. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Jember, dan
25. Teman-teman curhatku : Bapak Nurdin, Pakdhe Wahyu, Mas Muflich, Mas Pamungkas dan lainnya yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan secara moral dan spiritual.
26. Seluruh teman-teman diluar kampus yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menyadari masih terdapat beberapa kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyempurnaan penelitian ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, 18 Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Konsep Pemasaran	8
2.2.2 Teori Experiential Marketing	9
2.2.3 Variabel Experiential Marketing	12
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	19

2.2.6 Jenis Loyalitas Pelanggan	23
2.2.7 Menjaga Loyalitas Pelanggan	24
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.1 Jenis Data	28
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Metode Pengambilan Data	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	30
3.5 Skala Pengukuran	31
3.6 Identifikasi Operasional Variabel	32
3.7 Definisi Operasional Variabel	33
3.8 Tahap Pengolahan Data	36
3.8.1 Analisis Kualitatif	36
3.8.2 Analisis Kuantitatif	36
3.9 Uji Instrumen	38
3.9.1 Uji Validitas	38
3.9.2 Uji Reliabilitas	38
3.10 Uji Normalitas Data	39
3.11 Uji Asumsi Klasik	39
3.11.1 Uji Multikolinieritas	39
3.11.2 Uji Heterokedasitas	40
3.11.3 Uji Autokorelasi	40
3.12 Metode Analisis Data	41
3.12.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	41

3.13 Uji Hipotesis dengan Uji – t	43
3.14 Perhitungan Jalur	44
3.15 Kerangka Pemecahan Masalah	46
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Singkat BBC Gazebo Cafe Jember	50
4.1.2 Tujuan Perusahaan	51
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.4 Struktur Organisasi	52
4.1.5 Tugas dan Wewenang	52
4.1.6 Personalia Perusahaan	54
4.2 Karakteristik Responden	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	57
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ...	57
4.3 Uji Instrumen	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.2 Uji Reliabilitas	59
4.4 Uji Normalitas Data	60
4.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.5.1 Uji Multikolinieritas	64
4.5.2 Uji Heterokedasitas	65
4.5.3 Uji Autokorelasi	67
4.6 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	69
4.7 Uji Hipotesis dengan Uji – t	74
4.8 Perhitungan Jalur	79
4.9 Pembahasan	82

4.10 Keterbatasan Penelitian	87
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	7
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	56
4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan	57
4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung	57
4.6 Hasil Uji Validitas	58
4.7 <i>Reliability Statistics</i>	59
4.8 Hasil Uji Normalitas	60
4.9 <i>Collinearity Statistic</i>	65
4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	65
4.11 Hasil Uji autokorelasi Variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Z	68
4.12 Hasil Uji autokorelasi Variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan Z terhadap Y	68
4.13 Hasil Uji autokorelasi Variabel Z terhadap Y	69
4.14 Koefisien Jalur Variabel X, Y dan Z	70
4.15 Hasil Uji t (t test)	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Kerangka Konseptual	25
3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analisis</i>)	42
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	47
4.1 Struktur Organisasi BBC Gazebo Cafe Jember	52
4.2 Grafik Kenormalan Variabel <i>Sense</i>	61
4.3 Grafik Kenormalan Variabel <i>Feel</i>	61
4.4 Grafik Kenormalan Variabel <i>Think</i>	62
4.5 Grafik Kenormalan Variabel <i>Act</i>	62
4.6 Grafik Kenormalan Variabel <i>Relate</i>	63
4.7 Grafik Kenormalan Variabel Kepuasan Pelanggan	63
4.8 Grafik Kenormalan Variabel Loyalitas Pelanggan	64
4.9 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Dependen Z	66
4.10 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Dependen Y	67
4.11 Model Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analisis</i>)	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner 93
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Responden..... 98
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban..... 101
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas 107
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas 114
Lampiran 6	Hasil Uji Normalitas 118
Lampiran 7	Hasil Uji Multikolinieritas 121
Lampiran 8	Hasil Uji Heteroskedaditas 122
Lampiran 9	Hasil Uji Autokorelasi..... 123
Lampiran 10	Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis)..... 124
Lampiran 11	Tabel Durbin – Watson 132

ABTRAKSI

Endang Kurniawati, 070810291197 melakukan penelitian dengan judul *Analisis Experiential Marketing terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (studi pada BBC Gazebo Cafe Jember)*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung strategi *Experiential Marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pada BBC Gazebo Cafe Jember dengan mengumpulkan data menggunakan *observasi* dan kuisisioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai sampel. Pengumpulan data menggunakan metode *Convenience Sampling* dengan teknik *Accidental sampling* yaitu peneliti memiliki kebebasan memilih responden yang ditemui untuk diteliti dengan menggunakan beberapa kriteria pembatas. Alasan penggunaan desain ini untuk memenuhi data yang cukup dari segi kuantitas dengan prosedur pengambilan sampel yang lebih efisien.

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebagai alat analisisnya. Jenis variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (variabel independen), variabel antara (variabel *intervening*) dan variabel terikat (variabel dependen). Keseluruhan variabel diukur dengan menggunakan skala *likert* untuk mengukur variabel independen dan skala *semantic differential* untuk mengukur variabel *intervening* dan variabel dependen. Hasil keseluruhan dari *path analysis* membuktikan bahwa pengujian ini adalah pengujian verifikasi teori dari faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jangka panjang yaitu loyalitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *experiential marketing* yang berupa *sense* (X1), *feel* (X2), *think* (X3), *act* (X4) dan *Relate* (X5) menciptakan kepuasan pelanggan namun secara langsung dan keseluruhan berpengaruh secara langsung dan tidak langsung dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci ; *Experiential Marketing*, Kepuasan dan Loyalitas.