

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN KEDAI SINI
KOPI DI KOTA JEMBER)**



NATASYA FELICIANA JUDIANTO

3103018093

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2021

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN KEDAI SINI
KOPI DI KOTA JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

NATASYA FELICIANA JUDIANTO

3103018093

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTAL MAREKTING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI
KASUS PADA PELANGGAN KEDAI SINI KOPI DI KOTA JEMBER)

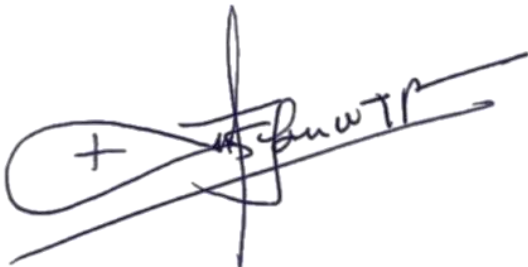
OLEH:

NATASYA FELICIANA JUDianto

3103018093

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

A handwritten signature in blue ink, featuring a large, stylized 'Y' and 'W' with a '+' sign inside a circle on the left.

(Dr.A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si.)

NIDN: 0721017201

Pembimbing II,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'Y' and 'A'.

(Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.)

NIDN: 0701079401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Natasya Felicia Judianto NRP 3103018093

Telah diuji pada tanggal 20 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



(Dr. Antonius Jan Wellyan Tony Putro, SE., M.Si.)

NIDN. 0721017201

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Prodi Manajemen,



(Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.)
NIDN.0713097203



Digitally signed by Yulika
Rosita Agrippina, SM., MIB
DN: C=ID, OU=Faculty of
Business, O=Widya Mandala
Catholic University,
CN=Yulika Rosita Agrippina,
SM., MIB,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
Reason: I have reviewed this
document
Location: Surabaya
Date: 2022-01-06 14:54:21

(Yulika Rosita Agrippina, SM., MIB.)
NIDN.0701079401

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Feliciano Judianto

NRP : 3103018093

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kedai Sini Kopi Di Kota Jember)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Desember 2021

Yang menyatakan,



(Natasya Feliciano Judianto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat, anugerah, kasih karunia, dan rahmat-Nya yang dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kedai Sini Kopi Di Kota Jember)” karya tulis ini diajukan sebagai pemenuhan syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi. MM., AK., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr.A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, kesabaran dalam bimbingan, perhatian, ilmu serta masukan yang sangat menambah pengetahuan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, kesabaran dalam bimbingan, perhatian, ilmu serta masukan yang sangat menambah pengetahuan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan yang dapat membantu penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
7. Mateus Filindo yang telah mendukung penulis, baik didalam doa dan sebagainya selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir.
8. Teman dan sahabat di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, antara lain: Danni Dwi, Brian Rafelo, Yogie Setiawan, Josephine, Nurmaulida Rifka, Oliver Christian, Noventine Natasya, Fransiska Septiana, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah mengajari saya untuk tetap berjuang bersama dan menyemangati satu sama lain ketika berada di titik terendah, sehingga kita boleh bangkit untuk menyelesaikan setiap rintangan yang ada. Serta telah menjadi pendengar yang baik dalam susah maupun senang atas segala bantuan, motivasi, kerja sama, dan doa bagi penulis, kebersamaan yang luar biasa dan tak tergantikan.
9. Kepada pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satupersatu, terimakasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, mengingat terbatasnya waktu dan kemampuan yang belum dimiliki dalam diri penulis. Penulis bersedia menerima kritik dan saran dari semua pihak. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1	
PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	7
1.5.Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2 <i>Brand Image</i>	11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	14
2.2.Penelitian Terdahulu	16
2.3.Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan	18

2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan.....	19
2.3.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas	19
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas.....	20
2.3.5 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas	21
2.3.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan melalui Loyalitas.....	22
2.3.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan melalui Loyalitas..	22
2.4 Model Penelitian	23
BAB 3	
METODE PENELITIAN	
3.1.Desain Penelitian.....	25
3.2.Identifikasi Variabel.....	25
3.3.Definisi Operasional Variabel.....	25
3.3.1 <i>Experiential Marketing</i>	25
3.3.2 <i>Brand Image</i>	27
3.3.3 Kepuasan Pelanggan	28
3.3.4 Loyalitas Pelanggan	30
3.4.Pengukuran Variabel.....	32
3.5.Jenis dan Sumber Data	32
3.6.Metode Pengumpulan Data	32
3.7.Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	33
3.8.Teknik Analisis	34
3.8.1 Uji Validitas Konvergen	35
3.8.2 Uji Validitas Diskriminan.....	35
3.8.3 Uji Reliabilitas	35
3.8.4 Uji <i>R-Squared</i>	35
3.8.5 Uji Hipotesis	36
BAB 4	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Jenis Kelamin	37

4.1.2 Usia	38
4.1.3 Pendidikan Terakhir	38
4.1.4 Pekerjaan Responden	39
4.1.5 Konsumsi Produk Sini Kopi.....	40
4.2.Deskripsi Data.....	41
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiental Marketing</i>	41
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	43
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	44
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	45
4.3.Hasil Analisis Data.....	47
4.3.1 Uji Validitas Konvergen	47
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan.....	48
4.3.3 Uji Reliabilitas	49
4.3.4 Uji <i>R-Squared</i>	50
4.3.5 Uji Hipotesis	50
4.4.Pembahasan.....	53
4.4.1 Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Kepuasan	53
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan.....	53
4.4.3 Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Loyalitas	54
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas.....	55
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas	55
4.4.6 Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	56
4.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	57
BAB 5	
SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1.Simpulan	58
5.2.Keterbatasan.....	59
5.3.Saran	59
5.3.1 Saran Akademik.....	59

5.3.2 Saran Praktis	60
---------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	17
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Usia	37
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	37
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.5 Konsumen Produk Sini Kopi	39
Tabel 4.6 Kriteria Skor Variabel	39
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiental Marketing</i>	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i>)	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>AVE</i>).....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i>).....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Squared</i>)	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Sini Kopi Jember	3
Gambar 1.2 Grafik Pendapatan per Tahun.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Distribusi Responden

Lampiran 4 : Deskripsi Jawaban Responden

Lampiran 5 : PLS Alghorithm

Lampiran 6 : Bootstrapping

Lampiran 7 : Hasil Wawancara

ABSTRAK

Perkembangan era digital saat ini menyebabkan banyak budaya baru yang masuk ke Indonesia salah satunya dalam mengkonsumsi kopi. Kopi merupakan salah satu hasil tanaman perkebunan yang telah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Adanya tren dalam mengkonsumsi kopi yang tinggi di Jember membuat peneliti tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kedai Sini Kopi di Kota Jember).

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM PLS (*Structural Equation Modeling Partial Least Square*) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 154 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Brand Image, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

The Influence of Experiential Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Case Study on Customers of Kedai Sini Kopi in Jember City)

ABSTRACT

The development of the current digital era has caused many new cultures to enter Indonesia, one of which is consuming coffee. Coffee is one of the plantation crops that has long been cultivated and has a fairly high economic value. The existence of a trend in high coffee consumption in Jember makes researchers interested in conducting research that aims to determine the Effect of Experiential Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Case Study on Customers of Kedai Sini Kopi in Jember City).

The research was conducted using a quantitative approach. The data that has been obtained will be analyzed using the SEM PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Square) analysis technique using SmartPLS 3.0 software. The sampling technique used non-probability sampling method. The sample used in this study amounted to 154 respondents.

Based on the results of the study, the researcher found that Experiential Marketing had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Brand Image had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Experiential Marketing had a positive and significant effect on Customer Loyalty, Brand Image had a positive and significant effect on Customer Loyalty, Experiential Marketing had a positive and significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, and Brand Image has a positive and significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

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