

# **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI SAWAH**

(studi pada Kopi Sawah Malang)

## **SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen*



**Disusun Oleh :**

**Deni Ardana**

**Nomor Pokok :K.2015.1.33329**

**Jurusan : Manajemen**

**Program Studi : MM**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUÇEWARA**

**MALANG**

**2020**

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KOPI SAWAH  
(studi pada Kopi Sawah Malang)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen*



Oleh :

**Deni Ardana**

K.2015.1.33329

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2020

# SKRIPSI

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI SAWAH

Oleh :

DENI ARDANA

K.2015.1.33329

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 September 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

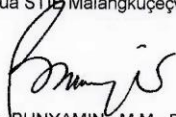
Dosen Pembimbing

ttd

DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.

NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 15 Agustus 2020



Mahasiswa

id

NPK: E.2015.1.3329

Hal : Surat Balasan

Kepada Yth.  
Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara  
Malang  
Di Tempat

Dengan hormat yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angga Adimayoga

Jabatan : Pemilik

Menerangkan bahwa,

Nama : Deni Ardana

NPK : K. 2015.1.33329

Jurusan : Manajemen Marketing

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian pada kedai usaha kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

**“PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI SAWAH”**

Demikian Surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Malang, 15-Februari, 2020  
Pemilik



Angga Adimayoga

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Siswanto dan Ibu Nurhayati yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Didik Priyo Sugiharto, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada pihak Kedai Kopi Sawah Malang yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data.
5. Teman-teman seperjuangan, yang telah memberikan banyak masukan serta dukungan kepada peneliti.
6. Keluarga Besar UKM Kesenian yang telah mendukung dan memberikan semangat hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
7. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca

Malang, 13 September 2020

Penulis,

(Deni Ardana)

## ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat isu *experiential marketing* dengan studi kasus pada kafe kopi. Pelanggan kafe kopi menjadi objek penelitian, karena kedai kopi yang menawarkan produk minuman dengan disertai nilai tambah berupa pelayanan dan suasana yang muncul dari penataan *interior* tersebut kepada pelanggannya. Sehingga pelanggan bukan hanya dipuaskan oleh produk yang mereka konsumsi, tetapi dari pengalaman yang mereka dapatkan dari awal mereka menjejak kaki hingga mereka pulang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis variabel *Experiential Marketing* yang terdiri dari *sense, feel, think, act*, dan *relate* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Kopi Sawah di Kota Malang, dan untuk menganalisis variabel *Experiential Marketing* yang terdiri dari *sense, feel, think, act*, dan *relate* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Kopi Sawah di Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Sawah. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 112 orang responden dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan yang memiliki umur di atas 17 tahun, dan menjadi pelanggan tetap Kopi Sawah selama lebih dari 1 bulan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS ver.21.

Hasil penelitian membuktikan *Sense, Feel, Think, Act, Relate* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Sawah di Kota Malang. Nilai *Adj. R Square* menunjukkan bahwa 48,7% kemampuan variabel *Sense, Feel, Think, Act, Relate* dalam menjelaskan Kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar 5 variabel bebas yang diteliti seperti harga, promosi, kualitas pelayanan dan lain-lain

**Kata Kunci:** *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan



## ABSTRACT

*This research raises the issue of experiential marketing with case studies on coffee cafes. Coffee cafe customers are the object of research, because coffee shops offer beverage products with added value in the form of service and atmosphere that arise from the interior arrangement to their customers. So that customers are not only satisfied by the products they consume, but from the experience they get from the start they set foot until they go home. The purpose of this study was to analyze the Experiential Marketing variable consisting of sense, feel, think, act, and relate simultaneously having a significant effect on customer satisfaction of Kopi Sawah in Malang City, and to analyze the Experimental Marketing variable consisting of sense, feel, think, act, , and partially relate has a significant effect on customer satisfaction of Kopi Sawah in Malang City.*

*The population in this study were the customers of Kopi Sawah. The number of samples used in this study were 112 respondents with a purposive sampling method with the criteria that customers who have over 17 years of age, and become regular customers of Kopi Sawah for more than 1 month. The data analysis technique used multiple linear regression analysis using the SPSS ver.21 application.*

*The results prove that Sense, Feel, Think, Act, Relate has a significant effect on customer satisfaction of Kopi Sawah in Malang City. Value of Adj. R Square shows that 48.7% of the ability of the Sense, Feel, Think, Act, Relate variables in explaining customer satisfaction, while the remaining 51.3% is influenced by other variables outside the 5 independent variables which are studied such as price, promotion, service quality. and others*

**Keywords:** *Experiential Marketing, Customer Satisfaction*

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dan dapat menyelesaikan studi pada Jurusan Manajemen di STIE MalangKucecwara Malang. Sholawat serta salam semoga tercurah atas Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya, serta semoga semua umatnya senantiasa dapat menjalankan syari'at-syari'atnya, amin.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan mengingat terbatasnya kemampuan penulis, namun berkat rahmat Allah SWT, serta pengarahan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan bersama.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Orsinalitas .....	iii
Lembar Riwayat Hidup.....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	vxii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	4
1.3.Tujuan Penelitian .....	5
1.4.Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i> .....	6
2.1.2 Marketing .....	6
2.1.3 <i>Strategi Experiential Modules (SEM's)</i> .....	7
2.1.4 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i> .....	11
2.1.5 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.6 Faktor – factor yang Mempengaruh.....	14
Kepuasan Pelanggan	
2.1.7 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> Dengan.....	15
Kepuasan Pelanggan	
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16

2.3 Kerangka Pemecahan Masalah .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel .....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Objek dan Sumber Data Penelitian .....	22
3.4 Variabel, Operasional dan Pengukuran.....	22
3.4.1 Variabel Penelitian .....	35
3.4.2 operasionalisasi .....	24
3.4.3 Pengukuran Penelitian.....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6 Prosedur Analisis .....	28
3.6.1 Instrument Penelitian .....	28
3.6.2 Analisis Deskriptif .....	29
3.6.3 Asumsi Klasik.....	29
3.6.4 Analisi Regresi Linier Berganda.....	31
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	32
<b>BAB IV ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	38
4.2 Deskripsi Variabel .....	38
4.2.1 Deskripsi Jawabn Item Variabel sense.....	38
4.2.2 Deskripsi Jawaban Item Variabel Feel.....	40
4.2.3 Deskripsi Jawaban Item Variabel Think .....	42
4.2.4 Deskripsi Jawaban Item Variabel Act.....	44
4.2.5 Deskripsi Jawaban Item Variabel Relate .....	45
4.2.6 Deskripsi Jawaban Item Variabel.....	47
Kepuasan Konsumen	
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	49
4.4 Hasil Analisis Data .....	52
4.4.1 Asumsi Klasik.....	52
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi .....	58
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	59
4.5 Pembahasan.....	61

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Kontribusi Penelitian.....	67
5.4 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Table 3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4 Karakteristik Responden Usia.....	49
Tabel 5 Karakteristik Responden Pekerjaan .....	49
Tabel 6 Karakteristik Responden Pendidikan.....	50
Table 7 Karakteristik Responden Pendapatan.....	50
Table 8 Karakteristik Responden Berlangganan.....	51
Table 9 Intepretasi Nilai <i>Mean</i> Variabel Penelitian .....	52
Table 10 Deskripsi Jawaban Responden Sense .....	53
Table 11 Deskripsi Jawaban Responden Feel.....	55
Table 12 Deskripsi Jawaban Resonden Think .....	57
Tabel 13 Deskripsi Jawaban Responden Act .....	58
Tabel 14 Deskripsi Jawaban Responden Relate.....	60
Table 15 Deskripsi Jawaban Responden Kepuasan pelanggan.....	62
Table 16 Uji Validitas .....	63
Table 17 Uji Reliabilitas .....	66
Table 18 Niali Tolerance dan VIF .....	67
Table 19 Uji Normalitas.....	68
Table 20 Analisi Regresi Linier Berganda.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangak Pemecahan Masalah.....	32
Gambar 2 Klasifikasi Nilai Durbin-Watson (D-W) .....	45
Gambar 3 Grafik Heterokedestisitas .....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner .....	75
Lampiran 2 Uji Validitas.....	92
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 4 Analisis Data Penelitian.....	94
Lampiran 5 Hasil Rekap Kuisisioner.....	95