

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
CAFE KEBOON KOTA TANJUNGPINANG DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**MUHAMMAD FARMA
NIM 180461201014**



**Skripsi Ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Muhammad Farma
NIM : 180461201014
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing Dan Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Cafe Keboon Kota Tanjungpinang* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*

Disetujui untuk digunakan dalam melaksanakan Sidang Skripsi
Tanjungpinang, 20 Desember 2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



H. Iranita, S.E., M.Si
NIDN. 1027087003

Dosen Pembimbing II



Ir. Firmansyah Kusasi, MBA
NIDN. 10200116701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Maritim Raja Ali Haji



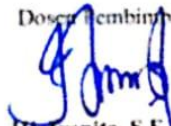
Abdul Jalal, S.Fi., M.Si
NIDN. 1022088504

LEMBAR PENGESAHAN


Nama : Muhammad Farma
NIM : 180461201014
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Cafe Keboon* Kota Tanjungpinang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*
Telah berhasil dipertahankan di hadapan dosen penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui






Dosen Pembimbing I


Hj. Iranita, S.E., M.Si
NIDN. 1027087003

Dosen Pembimbing II


Ir. Firmansyah Kusasi, MBA
NIDN. 10200116701

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda
1. <u>Abdul Jalal, S.E., M.Si</u> NIDN.1022088504	Ketua Penguji	 Tangan 17/1/2023
2. <u>Hj. Iranita, S.E., M.Si</u> NIDN. 1027087003	Penguji I	 17/1/2023
3. <u>Bunga Paramita, S.E., M.Si</u> NIDN.0012018402	Penguji II	 17/1/2023
4. <u>Ir. Firmansyah Kusasi, MBA</u> NIDN. 10200116701	Penguji III	 17/1/23
5. <u>Dr. Dodi Dermawan, S.E., M.Ec</u> NIP. 198012302014041001	Penguji IV	 17/01/2023

Tanggal Lulus: 05 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., AK., MM., CA
NIDN. 1001077101

Ketua Program Studi Manajemen


Abdul Jalal, S.E., M.Si
NIDN. 1022088504

PERNYATAAN ORSINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 5 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Farma
NIM. 180461201014

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran kepada Penulis dalam menyusun tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Cafe* Keboon Kota Tanjungpinang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*.” Tugas Akhir dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.

Selama proses pelaksanaan dan penyusunan tugas akhir, Penulis mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Bapak OSRA dan Ibu DESRIMAL YENTI, yang telah memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun materil. Kepada nenek, kakak dan adik Penulis amak cidat, abang reza, abang dana, adek nabillah serta keluarga besar yang turut memberikan dukungan dan semangat kepada Penulis.
2. Kepada Aynaya teman seperjuangan sampai akhir mendapatkan gelar SM
3. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar, S.Pi, DEA Selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Dr. Asmaul Husna, SE., Ak, MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

5. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
6. Ibu, Bunga Paramita SE., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
7. Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si selaku Pembimbing I (satu) yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Bapak Ir. Firmansyah Kusasi, MBA selaku Pembimbing II (dua) yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan urusan administrasi hingga akhir masa perkuliahan.
10. Kepada Ibu Syarifah Irza selaku pemilik, dan karyawan/ karyawan *Café* Keboon Tanjungpinang yang telah memberikan izin dan informasi yang dibutuhkan kepada penulis.
11. Keluarga dan Sahabat Penulis, yang telah banyak membantu meminjamkan laptop (da karto abuk, lukman ketua ruko, dandi gina, zaki paniang, raju buset, siput melati dan kembar) serta yang memberikan dukungan kepada Penulis.
12. Teman-teman organisasi Himpunan Mahasiswa Sumatera Barat Kepulauan Riau serta teman teman seperjuangan Program Studi manajemen Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik dalam penulisan maupun penyusunannya, untuk itu penulis mohon maaf dan Penulis juga mengharapkan berbagai masukan

yang berkaitan dengan isi tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini memberikan manfaat, tak hanya bagi penulis sebagai pihak yang terjun langsung melakukan penelitian, tetapi juga bagi pihak lain yang membacanya.

Tanjungpinang, 20 Januari 2023



Muhammad Farma
NIM 180461201014



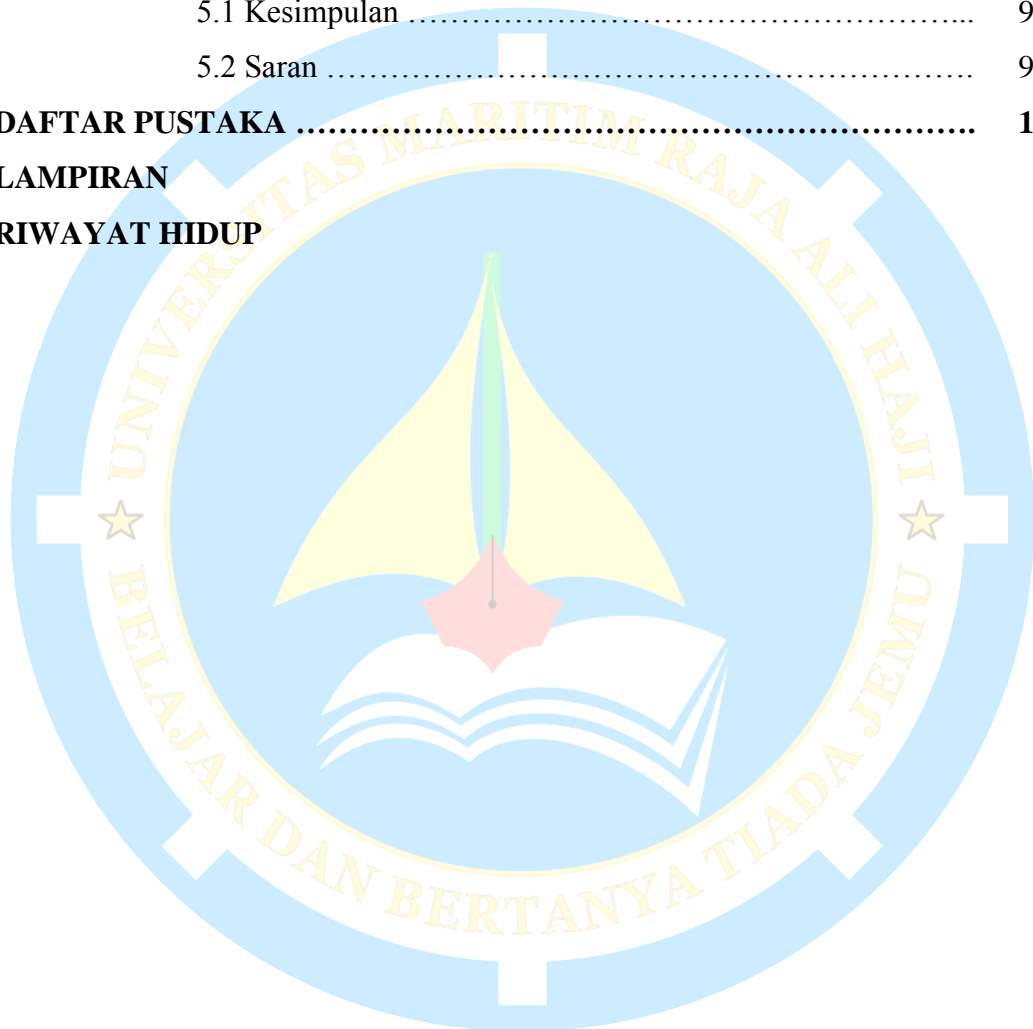
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pembatasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penelitian	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	15
2.1.3 Kepuasan	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan	29
Pelanggan	

2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan	
Pelanggan	30
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan ...	30
2.4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas	31
2.4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas	31
2.4.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas	
Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel	
<i>Intervening</i>	32
2.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas	
Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel	
<i>Intervening</i>	33
2.5 Hipotesis	33
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Objek Dan Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	36
3.3.1 Variabel Dependen	36
3.3.2 Variabel Intervening	36
3.3.3 Variabel Independen	36
3.4 Metode Penentuan Populasi Dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	43
3.5.1 Sumber Data	44
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Metode Analisis	45
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	46
3.6.2 Uji Kualitas Data	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.4 Analisis Jalur.....	50

	3.6.5 Uji Hipotesis.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
	4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	55
	4.3 Demografi Umum Responden	55
	4.3.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	55
	4.3.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	56
	4.3.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
	4.3.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Status Kunjungan dan Membeli	59
	4.4 Deskripsi Variabel Penelitian	60
	4.4.1 Deskripsi Variabel <i>Experiential Marketing</i>	60
	4.4.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	62
	4.4.3 Deskripsi Variabel Kepuasan	63
	4.4.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	65
	4.5 Hasil Penelitian	66
	4.5.1 Uji Statistik Deskriptif	66
	4.5.2 Hasil Uji Kualitas Data	67
	4.5.3 Uji Asumsi Klasik	71
	4.5.4 Uji Hipotesis	76
	4.5.5 Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	85
	4.6 Pembahasan Penelitian	90
	4.6.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
	4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
	4.6.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	91
	4.6.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas	92
	4.6.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas	93
	4.6.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas	

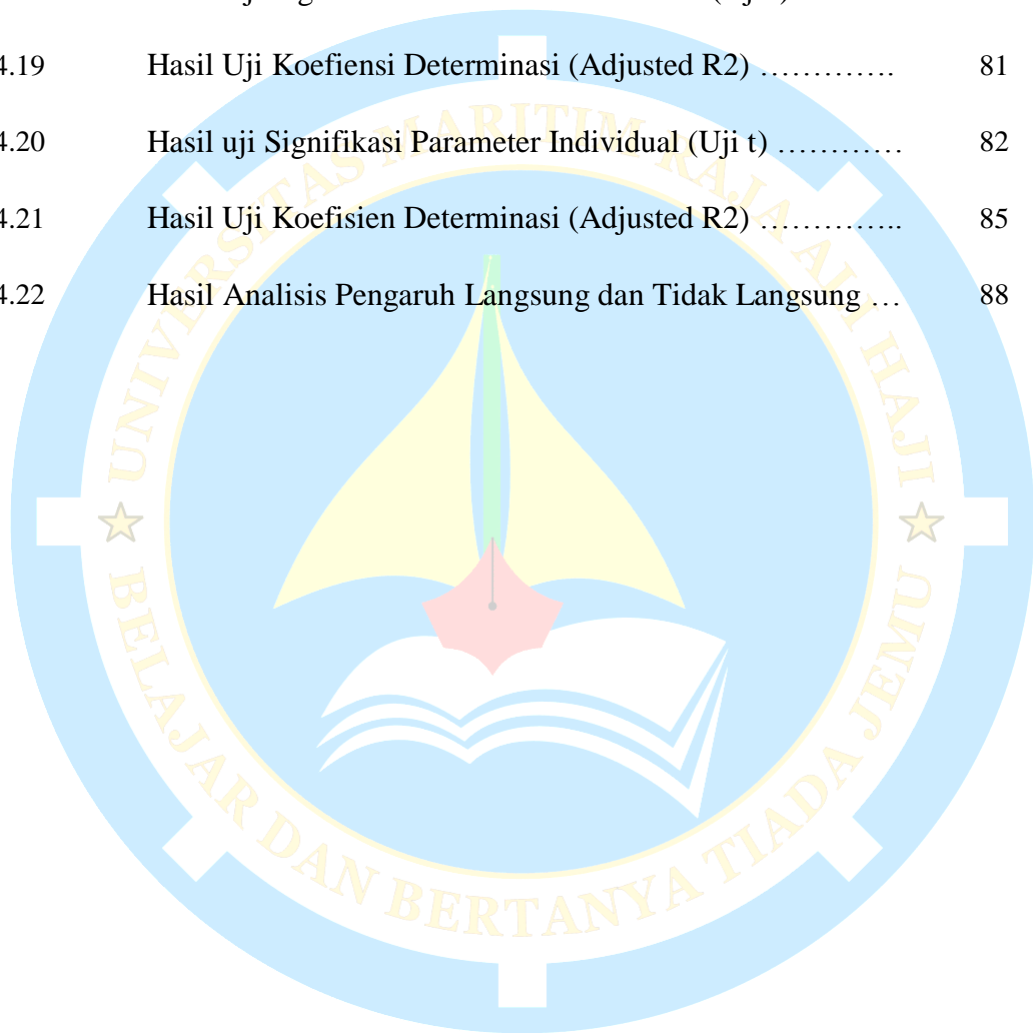
	Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel	
	<i>Intervening</i>	93
	4.6.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas	
	Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel	
	<i>Intervening</i>	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	96
	5.1 Kesimpulan	96
	5.2 Saran	97
	DAFTAR PUSTAKA	101
	LAMPIRAN	
	RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Coffe Shop, Pujasera, Restoran, Rumah Makan Menurut Kecamatan Dikota Tanjungpinang	2
1.2	Data Cafe Di Kota Tanjungpinang	5
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasionalisasi Variabel	38
3.2	Skala Likert Pada Penelitian	46
4.1	Distribusi Responden	55
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung	59
4.6	Jawaban Responden Variabel <i>Experiential Marketing</i>	60
4.7	Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	62
4.8	Jawaban Responden Variabel Kepuasan	63
4.9	Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	65
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif	66
4.11	Hasil Uji Validasi Variabel Penelitian	68
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	69
4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	70

4.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	70
4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	71
4.16	Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	73
4.17	Hasil Uji Multikolinearitas	74
4.18	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	76
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	81
4.20	Hasil uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	82
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	85
4.22	Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ...	88



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran	28
3.1	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	51
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ...	58
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung	59
4.5	Hasil Grafik Histogram	72
4.6	Hasil Grafik P-Plot	72
4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.8	Hasil Analisis Jalur	86

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Keterangan
Lampiran 1	Lembar Kuisisioner1
Lampiran 2	Output Olah Data6
Lampiran 3	Dokumentasi Penelitian14

