

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN ULANG DI RESTORAN  
TAICHAN “GORENG” JABODETABEK**

**SKRIPSI**



**Oleh:**  
**Maulida Nurrizky**  
**H 0817055**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2021**  
*commit to user*

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN ULANG DI RESTORAN  
TAICHAN “GORENG” JABODETABEK**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

Program Studi Agribisnis

Oleh :  
Maulida Nurriszky  
H 0817055



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
*commit to user*  
**2021**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN ULANG  
DI RESTORAN TAICHAN “GORENG” JABODETABEK**

**Yang diajukan dan disusun oleh :**

**Maulida Nurrizky**

**H 0817055**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 22 Juli 2021  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua**

**Anggota I**

**Anggota III**



**Prof. Dr. Ir. Moh Harisudin, M.Si.**  
**NIP. 196710121993021001**



**Dr. Umi Barokah, S.P., M.P.**  
**NIP. 197301292006042001**



**Isti Khomah, S.P., M.Si.**  
**NIP. 198712302014042001**

**Surakarta, 23 Agustus 2021**

**Mengetahui,**

**Dekan  
Fakultas Pertanian  
Universitas Sebelas Maret**



**Prof. Dr. Ir. Samanhudi, S.P., M.Si., IPM, ASEAN Eng.**  
**NIP. 1968061019950310003**

*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang di Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek” sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Jamal Wiwoho, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Prof. Dr. Samanhudi, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Muhamad Harisudin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, dan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dr. Umi Barokah, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Pendamping sekaligus Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, arahan, dan semangat dalam kegiatan perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Isti Khomah, S.P., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis dan Fakultas Pertanian, serta seluruh staff/karyawan, atas ilmu dan pelayanan yang diberikan selama masa perkuliahan penulis di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.

8. Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memberikan data serta informasi guna kelengkapan penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua penulis, Bapak Irawan, S.H. dan Ibu Heru Widiawati atas segala doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, dan semangat yang diberikan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara saya Radita Ayu Maharani, Aisya Latifa Rizky Irulita, dan Muhammad Ruliff Hanif atas segala doa dan dukungan yang diberikan.
11. Keluarga Dactulos (Agribisnis 2017) atas segala canda, keluh kesah, semangat, dukungan, dan ilmu yang dibagi selama perkuliahan.
12. Teman baik penulis, Dwi Marita Putri dan Bahagia Lestari atas segala kisah kasih, keluh kesah, doa, semangat, serta dukungan yang tulus diberikan kepada penulis selama ini.
13. Teman-teman tersayang Sita, Dita, Gena, Farina, Parica, dan Danny, terima kasih sudah menemani dari semester awal hingga semester akhir.
14. Nara, Adimas, dan Rai yang tidak pernah lelah mendengar keluh kesah penulis dalam penulisan skripsi ini dan kerap memberi dukungan dalam hal apapun.
15. Teman-teman *online* Faris, Kisas, Shil, Dinda, Nadya, Irnya, Ann, dan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih sudah selalu menyemangati proses pengerjaan skripsi ini.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang mendukung dari semua pihak untuk penelitian ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dan pihak terkait.

Surakarta, Juli 2021

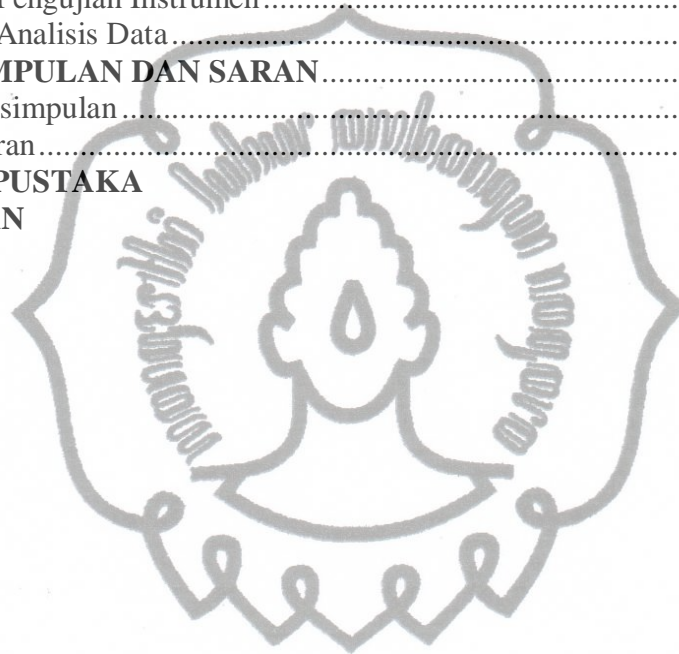
*commit to user*

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Pemasaran .....	11
2. <i>Experiential Marketing</i> .....	11
3. Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	13
4. Niat Pembelian Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	14
5. Sate Taichan.....	14
6. <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	15
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	16
D. Hipotesis dan Model Penelitian .....	19
E. Pembatasan Masalah .....	22
F. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel .....	22
1. Definisi Operasional .....	22
2. Konsep Pengukuran Variabel .....	23
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	25
B. Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	25
C. Metode Pengambilan Sampel .....	25
D. Jenis dan Sumber Data .....	27
1. Data Primer .....	27
2. Data Sekunder .....	27
E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	27
1. Teknik Pengumpulan Data.....	27
2. Alat Pengumpulan Data.....	29
F. Metode Pengujian Instrumen .....	29
1. Transformasi Data .....	30
2. Uji Validitas .....	30
3. Uji Reliabilitas .....	30
G. Metode Analisis Data .....	31
1. Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	31

2. Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	32
3. Pengujian Hipotesis .....	32
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
1. Lokasi Restoran Taichan “Goreng” .....	34
2. Latar Belakang Berdirinya Restoran Taichan “Goreng” .....	34
3. Kondisi Umum Restoran Taichan “Goreng” .....	35
B. Hasil Penelitian dan Karakteristik.....	36
1. Karakteristik Responden.....	36
2. Pengujian Instrumen .....	46
3. Analisis Data .....	51
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kontribusi Subsektor Distribusi Tertinggi Terhadap PDB Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta Tahun 2017.....	1
Tabel 2.	Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Jenis Usaha Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018.....	2
Tabel 3.	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.	Variabel dan Indikator Penelitian .....	24
Tabel 5.	Daftar Restoran Taichan “Goreng” di Jabodetabek.....	25
Tabel 6.	Rekomendasi Ukuran Sample pada PLS-SEM dengan Statistical Power 80%.....	26
Tabel 7.	Kriteria Penilaian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	31
Tabel 8.	Kriteria Penilaian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	32
Tabel 9.	Kriteria Penilaian Pengujian Hipotesis .....	32
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	37
Tabel 12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
Tabel 13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	39
Tabel 14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	40
Tabel 15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	41
Tabel 16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Mengetahui Restoran Taichan “Goreng” .....	42
Tabel 17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Mengenai Restoran Taichan “Goreng” .....	43
Tabel 18.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapat Setelah Mengunjungi Restoran Taichan “Goreng” .....	45
Tabel 19.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Melakukan Pembelian di Restoran Taichan “Goreng”.....	45
Tabel 20.	Uji Validitas pada Pengujian Instrumen.....	48
Tabel 21.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) pada Pengujian Instrumen....	50
Tabel 22.	Nilai <i>Cronbach’s Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Uji Instrumen .....	51
Tabel 23.	Nilai <i>Loading Factor</i> .....	52
Tabel 24.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	54
Tabel 25.	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	55
Tabel 26.	Nilai <i>Cronbach’s Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	56
Tabel 27.	Nilai <i>R-Square</i> .....	57
Tabel 28.	Nilai <i>Q-Square</i> .....	58
Tabel 29.	Hasil Analisis <i>Bootstrapping Path Coefficient</i> .....	58
Tabel 30.	Hasil Analisis <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	65
Tabel 31.	Perhitungan VAF .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	18
Gambar 2. Model Penelitian .....	21
Gambar 3. Diagram Jalur Uji Instrumen Setelah Eliminasi .....	49
Gambar 4. Diagram Jalur Permodelan PLS.....	53
Gambar 5. Diagram PLS Setelah <i>Bootstrapping</i> .....	68



## RINGKASAN

Maulida Nurriszky. H0817055. 2021. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang di Restoran Taichan ‘Goreng’ Jabodetabek”. Dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M.Si. dan Dr. Umi Barokah, S.P., M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Subsektor industri kuliner di Indonesia memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar dan memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia, dilihat dari banyaknya jumlah restoran yang ada pada saat ini yang menyebabkan persaingan di dunia bisnis kuliner menjadi ketat. Persaingan di dunia bisnis kuliner yang sangat ketat ini mengharuskan pelaku usaha untuk memikirkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempertahankan pasar. Selain menawarkan produk yang menarik dan berkualitas, para pelaku bisnis juga harus memberikan pengalaman yang dapat menyenangkan hati konsumennya. Strategi ini disebut dengan *experiential marketing*, yaitu sebuah bentuk pendekatan ini terkait dengan *experience* atau pengalaman konsumen untuk membangkitkan emosi dan perasaan konsumen, yang nantinya akan berdampak terhadap kepuasan dan niat pembelian ulang oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang di Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek.

Metode dasar dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik survey. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 orang yang memiliki kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian di Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek sebanyak minimal satu kali atau lebih selama satu tahun terakhir. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Alat pengumpulan data menggunakan angket yang disebar secara *online*. Pengujian instrumen dan analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modelling* dengan alat PLS.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang konsumen Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek, variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat pembelian ulang di Restoran Taichan “Goreng” Jabodetabek, dan variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap niat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi (*intervening*). Saran dari penelitian ini yaitu (1) Restoran Taichan “Goreng”

sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan penerapan *experiential marketing* dengan meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan berbagai kegiatan yang menarik konsumen seperti pemberian promo dan diskon, serta lebih memanfaatkan fitur di sosial media Instagram sebagai media komunikasi dengan konsumennya dan (2) Restoran Taichan “Goreng” sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen melakukan evaluasi dengan membuat sebuah sistem untuk menerima masukan terkait kepuasan konsumen melalui kotak saran di restoran secara langsung ataupun menyediakan halaman bagi konsumen yang ingin memberikan *feedback* di *social media* seperti instagram.



## SUMMARY

Maulida Nurriszky. H0817055. 2021. "The Influence of Experiential Marketing on Consumer Satisfaction and Repurchase Intention in Taichan 'Goreng' Jabodetabek Restaurant". Guided by Prof. Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M.Si. and Dr. Umi Barokah, S.P., M.P. Faculty of Agriculture, University of Sebelas Maret Surakarta.

The culinary industry sub-sector in Indonesia has a considerable growth potential and provides the largest contribution to the Creative Economy Gross Domestic Product (GDP) of DKI Jakarta. The culinary business is a growing business in Indonesia, based from the current large number of restaurant which causes a tight competition in the culinary business world. This tight competition in culinary business world requires business owner to think of the right marketing strategy in order to maintain the market. In addition to offering a quality product, business owner also has to provide experiences that can please their consumers. This strategy is called experiential marketing, which is a form of approach related to consumer experience to evoke consumer's emotions and feeling, which later will have an impact in satisfaction and repurchase intention. This study aims to analyze the influence of experiential marketing on consumer satisfaction and repurchase intention in Restaurant Taichan "Goreng" Jabodetabek.

The basic method in this research is descriptive with the type of survey. The research location was done purposively. The sampling method is using non-probability sample with the type of purposive sampling. The sample in this study amounted to 120 people with the criteria have made a purchase at the Taichan "Goreng" Jabodetabek Restaurant at least once or more during the past year. The data collection tool is using a questionnaire distributed online. Instrument testing and data analysis using the Structural Equation Modeling method with PLS.

The result of this study indicated that the experiential marketing variable has an effect on consumer satisfaction and consumer repurchase intentions of Taichan "Goreng" Jabodetabek Restaurant, the consumer satisfaction variable affect the intention to repurchase at Taichan "Goreng" Jabodetabek Restaurant, and the experiential marketing variabel have an effect on repurchase intention with consumer satisfaction as an intervening variable. Suggestions of this research are (1) The Taichan "Goreng" Jabodetabek Restaurant should maintain and improve the application of experiential marketing by improving service quality, carry out various activities that attract consumers, such as providing promos and discounts, as well as making more use of features on Instagram as a medium of communication with consumers, and (2) The Taichan "Goreng" Jabodetabek Restaurant should maintain and improve consumer satisfaction by evaluating consumer criticism and suggestions, maintaining taste and menu innovation, and speeding up service in the kitchen so that consumer won't have to wait for long.