

**“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI
WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA.”**

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON THE
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION
AT WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA***

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh:

IRMA YANTI FEBRINI
20141020015

Kepada
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018

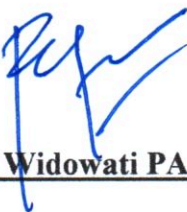
TESIS

**“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG
KOPI KLOTOK, KALIURANG YOGYAKARTA.”**

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON THE
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION AT
WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA***



Pembimbing:


Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D.

Tanggal... 31/12/2018

TESIS

**“PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG
KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA.”**


***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON THE
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION AT
WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA***

Diajukan Oleh:


**IRMA YANTI FEBRINI
20141020015**

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 31 Desember 2018

Yang terdiri dari


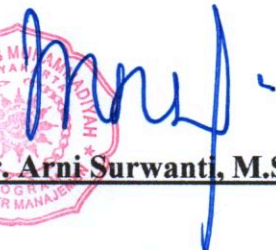


Dr. Arni Surwanti, M.Si.
Ketua Tim Penguji



Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Arni Surwanti, M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 31 Desember 2018
Yang Membuat Pernyataan:



IRMA YANTI FEBRINI
20141020015

Motto

1. “Bertaqwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu”. (Q.S. Al Baqarah: 282).
2. “Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan selain Dia. Hanya kepada-Nya aku bertawakal.” (Q.S. At Taubah: 129).
3. “Dan janganlah kamu berputus asa dari Rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur (terhadap karunia Allah)”. (Q.S. Yusuf: 87).
4. “Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”. (HR. Turmudzi).
5. “Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan akhirat maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu”. (HR. Turmudzi).
6. “Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihapal, melainkan yang memberi manfaat”. (Imam Syafi’i).
7. “Semakin banyak ilmu, semakin lapang hidup. Semakin sedikit ilmu, semakin sempit hidup”. (Buya Hamka).
8. “Kita semua adalah pembelajar, dan wajib belajar dari manapun jua, dan IlmuNya Maha Luas bagi kita sang hamba. Karena hal kecil bagi saya bisa saja menjadi hal besar bagi Anda, begitu pula sebaliknya hal kecil bagi Anda bisa saja menjadi hal besar bagi saya, karena itu marilah kita berbagi”. (Irma Yanti Febrini).
9. *“If you want to be successful, it’s just this simple. Know what you are doing. Love what you are doing. And believe in what you are doing”*. (Jika Anda ingin sukses, hanya sesederhana ini. Ketahui apa yang Anda lakukan. Cintai apa yang Anda lakukan. Dan percaya pada apa yang Anda lakukan. By Will Rogers).
10. *“Treat everyone with respect and kindness. No exceptions”*. (Perlakukan semua orang dengan rasa hormat dan kebaikan. Tak ada pengecualian. By Kiana Tom).

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini, kepada :

- Dirprodi, Kaprodi, Sekprodi, Dosen-dosen, Staff Admin, Staff Perpustakaan Pascasarjana dan Perpustakaan Pusat UMY, atas jasa terbaik dari mereka semua.
- Mamaku tercinta (Rahimahallah/semoga Allah merahmati beliau) dan Papaku tercinta (Rahimahullah/semoga Allah merahmati beliau).
- Kakak-kakakku tersayang Rossy Fanny Febrianti, Een Kurniawan, Dyan Ramadani dan adikku Ricky Ramadhan.
- Tante Lis dan Oom Ad sekeluarga.
- Almamaterku terhangat UMY.
- Sahabat-sahabatku seperjuangan di Angkatan 38 Program Magister Manajemen UMY.
- Pemilik dan semua pengurus dari Warung Kopi Klotok Pakem Kaliurang Yogyakarta serta para pengunjung sekaligus sebagai responden penelitian ini.
- Dan setiap orang-orang baik yang telah dan pernah dipertemukan Allah SWT denganku dalam silaturahmi dan habluminannas yang baik.
- Para pembaca yang budiman, dan para peneliti selanjutnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik, dan juga shalawat teriring salam kepada Nabi Muhammad SAW. Tesis yang penulis susun dengan judul “**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA**”

Tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata dua (S2) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen *Universitas* Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan yang sangat bermakna dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT memberikan *limpahan* kebaikan dan keberkahan kepada semuanya. Oleh karena itu sepatutnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Gunawan Budiyanto, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., MSc.Eng., Ph.D., P.Eng., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Arni Surwanti M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Nuryakin, M.M., selaku Sekretaris Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan, petunjuk dan motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
6. Bapak Misbahul Anwar S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, masukan, petunjuk dan motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
7. Bapak Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, selaku eks. Kaprodi dan dosen yang pernah mengajar sejak awal matrikulasi hingga akhir penyelesaian studi.
8. Seluruh Dosen-Dosen yang pernah mengajar di Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan motivasi dan ilmu pengetahuan sejak awal matrikulasi hingga akhir penyelesaian studi.
9. Ibu Wati dan Bapak Ngadikin serta Mba Putri selaku Staff Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu memperlancar segala urusan terkait proses administrasi sejak awal matrikulasi hingga akhir penyelesaian studi.
10. Semua pihak yang telah berperan serta baik langsung maupun tidak langsung membantu proses kegiatan belajar baik di kelas maupun di Perpustakaan Pusat UMY dan Perpustakaan Pascasarjana UMY, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung selama menempuh studi dan ikut mendukung te-realisasikannya tesis ini.
11. Mamaku tercinta (Rahimahallah/semoga Allah merahmati beliau) yang berpulang sejak 2003, dan Papaku tercinta (Rahimahullah/semoga Allah merahmati beliau) yang berpulang sejak 2006, dan semoga Allah memberikan derajat yang mulia *fi ad-dunya wa al-akhirah* dan

menempatkan ruh kedua orangtuaku tercinta bersama orang-orang mukmin ditempat terbaik dalam surganya. Aamiin.

12. Kakak-kakakku tersayang Rossy Fanny Febrianti, Een Kurniawan, dan Dyan Rahmadani, serta adikku Ricky Ramadhan, untuk dukungan moril dan materil yang tulus dan selalu mendoakan dan mengayomiku dengan penuh keikhlasan kasih sayang mereka.
13. Tante Lis dan Oom Ad sekeluarga, untuk dukungan dan doanya.
14. Sahabat-sahabatku seperjuangan di Angkatan 38 Program Magister Manajemen UMY yang saling bertukar pikiran, memotivasi, bersama-sama berjuang dari awal matrikulasi hingga satu persatu menyelesaikan perjalanan studi ini.
15. Almamaterku yang menjadi tempat terhangat dan sangat berarti bagiku untuk menimba ilmu, semoga semakin maju dalam sumbangsih peradaban keilmuan dan pendidikan bagi bangsa dan Negara ini.
16. Pemilik dan semua pengurus dari Warung Kopi Klotok Pakem Kaliurang yang menjadi objek penelitian dalam tesis ini, serta para responden yang menjadi subjek penelitian.
17. Para pembaca yang budiman.

Semoga sehat dan sukses selalu menaungi, serta terjalin selalu ikatan silaturahmi yang baik diantara kita semua, dan semoga menjadi tabungan amal jariyah, atas apa yang Bapak/Ibu/Saudara/i semua berikan mendapat limpahan kebaikan dan keberkahan berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Penulis memohon ampunan kepada Allah SWT jika ada kekeliruan dalam penulisan tesis ini (*astaghfirullahal adzim wa atuubu ilaihi*) karena penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini mungkin masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu segala bentuk kritik dan saran positif yang bersifat membangun dari para pembaca yang budiman, akan penulis terima dengan senang hati.

Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini dapat menjadi ladang amal jariyah bagi penulis di dunia dan di akhirat, dan bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Yogyakarta, 31 Desember 2018

Penulis

Irma Yanti Febrini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Lingkup Penelitian	17
C. Rumusan Masalah Penelitian	18
D. Tujuan Penelitian.....	18
E. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN TEORI	20
A. Landasan Teori	20
B. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	53
C. Hipotesis.....	62
D. Model Penelitian	66
BAB III METODE PENELITIAN	71
A. Objek dan Subjek Penelitian	71
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	71
C. Jenis Data	74
D. Teknik Pengumpulan Data	74
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	75
F. Uji Instrumen Penelitian.....	78
G. Analisa Data dan Uji Hipotesis	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
A. Pengantar	96
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	96
C. Gambaran Umum Subjek Penelitian	102

D. Deskripsi Data Profil dan Karakteristik Responden.....	103
E. Uji Kualitas Instrumen	126
F. Pembahasan.....	151
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	159
A. Pengantar	159
B. Kesimpulan.....	159
C. Keterbatasan Penelitian	160
D. Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pemenang <i>Marketing Award</i> di kategori <i>The Best Experiential in Marketing</i> tahun 2016 dan 2017 dengan penilaian dari segi strategi, implementasi, dan hasil	5
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3. 1 Skala Likert	75
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	77
Tabel 3. 3 Nilai Indeks dan Kategori Penilaian Indikator pada Kuesioner	80
Tabel 3. 4 <i>Goodness-of-Fit Index</i>	95
Tabel 4. 1 Pendistribusian Kuesioner	104
Tabel 4. 2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	104
Tabel 4. 3 Deskripsi Usia Responden	105
Tabel 4. 4 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden	106
Tabel 4. 5 Deskripsi Pekerjaan Responden	108
Tabel 4. 6 Deskripsi Status Responden	109
Tabel 4. 7 Deskripsi Pendapatan/Uang Saku per bulan Responden	110
Tabel 4. 8 Deskripsi Pengeluaran per bulan Responden	111
Tabel 4. 9 Deskripsi Frekuensi Kunjungan Responden	112
Tabel 4. 10 Nilai Indeks dan Kategori Penilaian Indikator pada Kuesioner	115
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	116
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	122
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (MBU)	125
Tabel 4. 14 Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk <i>Experiential Marketing</i>	130
Tabel 4. 15 Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk Kepuasan konsumen	132
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk Minat Beli Ulang	134
Tabel 4. 17 Deteksi Outlier dalam data SEM Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)	136
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Assessment of normality (Group number 1)	137
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Goodness of Fit Model	141
Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikansi Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	145
Tabel 4. 21 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Standardized Direct Effects (Group number 1-Default model)</i>	147
Tabel 4. 22 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>The consumer as a "black box" a behaviorist perspective on learning</i> (konsumen sebagai kotak hitam dalam perspektif tingkah laku dalam pembelajaran) (Solomon, 2004)	30
Gambar 2. 2 Model penelitian.....	70
Gambar 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	105
Gambar 4. 2 Deskripsi Usia Responden.....	106
Gambar 4. 3 Deskripsi Pendidikan Responden	107
Gambar 4. 4 Deskripsi Pekerjaan Responden	109
Gambar 4. 5 Deskripsi Status Responden	110
Gambar 4. 6 Deskripsi Pendapatan/Uang Saku per bulan Responden.....	111
Gambar 4. 7 Deskripsi Pengeluaran Responden	112
Gambar 4. 8 Deskripsi Frekuensi Kunjungan	113
Gambar 4. 9 Grafik Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> untuk nilai total rata-rata (<i>Mean</i>) dan Standar Deviasi	121
Gambar 4. 10 Grafik Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen untuk nilai rata-rata (<i>Mean</i>) dan Standar Deviasi dari setiap indikator	124
Gambar 4. 11 Grafik Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang untuk nilai rata-rata (<i>Mean</i>) dan Std Deviasi dari setiap indikator	126
Gambar 4. 12 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk <i>Experiential marketing</i>	129
Gambar 4. 13 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk <i>Experiential marketing</i> setelah dikurangi indikator yang tidak valid	130
Gambar 4. 14 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk Kepuasan konsumen	131
Gambar 4. 15 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk Minat Beli Ulang	133
Gambar 4. 16 Spesifikasi Model SEM.....	139
Gambar 4. 17 Hasil Estimasi Model Struktural	139
Gambar 4. 18 Hasil Estimasi Model Struktural	140

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner
- Lampiran 2 Kuesioner1
- Lampiran 3 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Data Penelitian
- Lampiran 6 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 7 Pengujian Model Pengukuran
- Lampiran 8 Pengujian Asumsi SEM
- Lampiran 9 Hasil Pengujian Model Struktural
- Lampiran 10 Hasil Uji Turnitin