

LAMPIRAN

A. Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan

Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan

Di Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta

Assalamuallaikum Wr. Wb, saya adalah mahasiswa Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kuesioner penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *experiential marketing* terhadap pembelian ulang dengan *variable intervening* kepuasan pelanggan dengan objek penelitian di Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta. Peneliti mengharapkan kesediaan responden untuk mengisi kuisisioner penelitian di bawah ini dengan sungguh-sungguh, benar, dan jujur. Data informasi yang terkumpul semata-mata hanya digunakan untuk keperluan skripsi, oleh karena itu kerahasiaan jawaban responden ditanggung oleh peneliti.

Terimakasih atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i berikan.

Hormat saya,



Muhammad Ardi Prabowo

**KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP PEMBELIAN ULANG DENGAN
VARIABEL INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN
DI RUMAH MAKAN KAMPOENG MATARAMAN YOGYAKARTA**

Kuesioner ini ditujukan untuk Bapak/Ibu/Saudara/i yang pernah melakukan pembelian ulang yang disebabkan oleh pengalaman yang pernah dialami baik faktor lingkungan, pelayanan, harga, maupun reputasi di Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta **minimal dua kali pembelian dalam kurun waktu dua bulan terakhir**. Jika anda termasuk dalam kategori tersebut, mohon mengisikan identitas anda, sebagai berikut:

Identitas responden *(lingkarilah jawaban anda)

1. Nama Responden :
2. Usia : tahun
3. Jenis kelamin* :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Pekerjaan* :
 - a. Pelajar atau mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Pegawai negeri
 - d. Ibu rumah tangga
 - e. Lainnya (.....)
5. Jumlah pengeluaran belanja perbulan* :
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 1.999.900
 - c. Rp 2.000.000 – Rp 2.999.900
 - d. Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
 - e. > Rp 4.000.000

Konfirmasi Responden

1. Berapa kali anda pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta? (lingkari jawaban anda)
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali
2. Apakah pembelian ulang tersebut disebabkan oleh faktor adanya pengalaman yang menarik dari ke-khas-an yang dimiliki dari Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta? (lingkari jawaban anda)
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apakah pembelian ulang tersebut disebabkan oleh kepuasan anda sebagai konsumen dari Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta? (lingkari jawaban anda)
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Kapan terakhir anda berkunjung di Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta? (lingkari jawaban anda)
 - a. 1 minggu yang lalu
 - b. 2 minggu yang lalu
 - c. 3 minggu yang lalu
 - d. 1 bulan yang lalu
 - e. >1 bulan yang lalu

Petunjuk pengisian

Isilah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai dengan pengalaman dan apa yang telah anda rasakan ketika berkunjung ke Rumah Makan Kampoeng Mataraman Yogyakarta dengan memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan. Di mana anda memberikan nilai (skor 1-5) terhadap pernyataan yang diajukan.

Keterangan kuesioner:

1. STS = sangat tidak setuju (skor nilai 1)
2. TS = tidak setuju (skor nilai 2)
3. N = netral (skor nilai 3)
4. S = setuju (skor nilai 4)
5. SS = sangat setuju (skor nilai 5)

Bagian 1. *Experiential Marketing*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Penampilan pelayan Kampoeng Mataraman menarik. (<i>sense</i>)					
2	Pemandangan yang disuguhkan oleh Kampoeng Mataraman memanjakan mata. (<i>sense</i>)					
3	Sambutan pelayan di Kampoeng Mataraman ramah. (<i>feel</i>)					
4	Pelayanan dari para pelayan di Kampoeng Mataraman tanggap dalam menyiapkan hidangan. (<i>feel</i>)					
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan hidangan yang akan didapatkan. (<i>think</i>)					
6	Lokasi Kampoeng Mataraman strategis, sehingga mudah diakses. (<i>think</i>)					
7	Reputasi Kampoeng Mataraman sudah dikenal baik. (<i>act</i>)					
8	Kampoeng Mataraman memiliki konsep dapur terbuka yang unik. (<i>act</i>)					
9	Terciptanya hubungan yang baik antara saya dan pelayan Kampoeng Mataraman. (<i>relate</i>)					
10	Kampoeng Mataraman meninggalkan pengalaman yang menarik sehingga saya ingin berkunjung kembali dilain waktu. (<i>relate</i>)					

Bagian 2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Jenis makanan yang ditawarkan di Kampong Mataraman beragam.					
2	Makanan yang ditawarkan di Kampong Mataraman rasanya enak.					
3	Secara keseluruhan layanan restoran Kampong Mataraman sangat memuaskan saya					
4	Pihak Kampong Mataraman sopan terhadap saya selaku konsumennya.					
5	Informasi yang sesuai antara menu yang dipesan dengan <i>bill</i> .					
6	Saya merasa mudah untuk melakukan transaksi pembayaran yang dilakukan					

Bagian 3. Pembelian Ulang

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih Kampong Mataraman sebagai opsional pilihan utama untuk tempat makan pada waktu yang akan datang.					
2	Saya merekomendasikan Kampong Mataraman kepada orang yang saya kenal untuk berbagi pengalaman yang menawarkan kenyamanan dalam bersantap kuliner.					
3	Kunjungan saya yang lebih dari dua kali, akan membuat saya membeli makanan minuman yang pernah saya beli di Kampong Mataraman sebelumnya.					
4	Saya berusaha mencari informasi mengenai produk Kampong Mataraman yang saya minati untuk menambah tingkat kepercayaan saya terhadap produk yang akan saya pilih nantinya.					

B. Lampiran 2

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Factor Loading	Construct Reliability
Penampilan pelayan Kampoeng Mataraman menarik	0,831	0,950
Pemandangan yang disuguhkan oleh Kampoeng Mataraman memanjakan mata	0,807	
Sambutan pelayan di Kampoeng Mataraman ramah	0,813	
Pelayanan di Kampoeng Mataraman tanggap dalam menyiapkan hidangan	0,834	
Harga yang ditawarkan sesuai dengan hidangan yang didapatkan	0,758	
Lokasi Kampoeng Mataraman strategis, sehingga mudah diakses	0,796	
Reputasi Kampoeng Mataraman sudah dikenal baik	0,738	
Kampoeng Mataraman memiliki konsep dapur terbuka yan unik	0,785	
Terciptanya hubungan yang baik antara saya dan pelayan Kampoeng Mataraman	0,854	
Kampoeng Mataraman meninggalkan pengalaman yang menarik, sehingga saya ingin berkunjung kembali	0,871	
Jenis makanan yang ditawarkan di Kampoeng Mataraman beragam	0,879	0,949
Makanan yang ditawarkan di Kampoeng Mataraman rasanya enak	0,852	
Secara keseluruhan layanan restoran Kampoeng Mataraman sangat memuaskan	0,903	
Pihak Kampoeng Mataraman sopan terhadap saya selaku konsumen	0,896	
Informasi yang sesuai antara menu yang dipesan dengan <i>bill</i>	0,847	
Saya merasa mudah untuk melakukan transaksi pembayaran yang dilakukan	0,840	

Variabel	Factor Loading	Construct Reliability
Saya memilih Kampong Mataraman sebagai opsional pilihan utama untuk tempat makan pada waktu yang akan datang	0,924	0,957
Saya merekomendasikan Kampong Mataramn kepada orang yang saya kenal untuk berbagi pengalaman yang menawarkan kenyamanan dalam berkuliner	0,927	
Kunjungan saya yang lebih dari dua kali, akan membuat saya membeli makanan minuman yang pernah saya beli di Kampong Mataraman sebelumnya	0,927	
Saya berusaha mencari informasi mengenai produk Kampong Mataraman yang saya minati untuk menambah tingkat kepercayaan saya terhadap produk yang akan saya pilih nantinya	0,906	

C. Lampiran 3

Uji Validitas

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KK <--- EM	,819
PU <--- KK	,783
PU <--- EM	,193
EM10 <--- EM	,871
EM9 <--- EM	,854
EM8 <--- EM	,785
EM7 <--- EM	,738
EM6 <--- EM	,796
EM5 <--- EM	,758
EM4 <--- EM	,834
EM3 <--- EM	,813
EM2 <--- EM	,807
EM1 <--- EM	,831
KK1 <--- KK	,879
KK2 <--- KK	,852
KK3 <--- KK	,903
KK4 <--- KK	,896
KK5 <--- KK	,847
KK6 <--- KK	,840
PU1 <--- PU	,924
PU2 <--- PU	,927
PU3 <--- PU	,927
PU4 <--- PU	,906

F. Lampiran 7

Uji Normalitas Data

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PU4	1,000	5,000	-,492	-2,143	-,866	-1,887
PU3	1,000	5,000	-,653	-2,844	-,792	-1,725
PU2	1,000	5,000	-,529	-2,308	-,906	-1,975
PU1	1,000	5,000	-,616	-2,684	-,675	-1,472
KK6	1,000	5,000	-,305	-1,331	-,730	-1,591
KK5	1,000	5,000	-,307	-1,340	-,784	-1,708
KK4	1,000	5,000	-,352	-1,534	-,572	-1,247
KK3	1,000	5,000	-,218	-,948	-,819	-1,785
KK2	1,000	5,000	-,074	-,321	-,806	-1,757
KK1	1,000	5,000	-,010	-,044	-,934	-2,035
EM1	1,000	5,000	-,624	-2,719	-,237	-,517
EM2	1,000	5,000	-,714	-3,112	,126	,275
EM3	1,000	5,000	-,608	-2,652	-,250	-,546
EM4	1,000	5,000	-,903	-3,938	,238	,518
EM5	1,000	5,000	-,254	-1,109	-1,013	-2,209
EM6	1,000	5,000	-,435	-1,894	-,066	-,144
EM7	1,000	5,000	-,226	-,986	-1,122	-2,444
EM8	1,000	5,000	-,840	-3,660	,208	,453
EM9	1,000	5,000	-,740	-3,224	-,013	-,027
EM10	1,000	5,000	-,489	-2,130	-,431	-,938
Multivariate					4,516	,813

G. Lampiran 8

Uji Normalitas Multivariate Outliers

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
109	40,906	,004	,354
86	38,442	,008	,224
111	35,491	,018	,326
91	32,730	,036	,593
112	32,172	,042	,514
12	30,522	,062	,714
87	28,749	,093	,913
108	28,700	,094	,849
82	28,659	,095	,762
28	27,155	,131	,941
43	27,071	,133	,907
9	27,005	,135	,859
88	26,391	,153	,906
94	26,364	,154	,856
30	26,225	,159	,819
11	26,193	,160	,749
51	26,168	,160	,667
54	25,849	,171	,681
70	25,842	,171	,589
27	25,471	,184	,631
113	25,122	,197	,669
15	24,780	,210	,707
105	24,780	,210	,622
101	24,761	,211	,539

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
83	24,633	,216	,501
76	24,375	,226	,519
3	24,135	,237	,533
29	24,029	,241	,491
23	23,963	,244	,434
46	23,962	,244	,351
33	23,851	,249	,318
96	23,694	,256	,305
102	23,691	,256	,237
107	23,455	,267	,255
103	23,439	,268	,199
77	23,324	,273	,179
68	23,292	,275	,139
36	23,261	,276	,105
80	23,172	,280	,088
2	23,110	,283	,070
62	22,983	,290	,063
74	22,169	,331	,228
71	21,838	,349	,297
114	21,609	,362	,330
22	21,483	,369	,318
8	20,701	,415	,632
47	20,514	,426	,652
35	20,454	,430	,610
98	20,286	,440	,623
92	20,215	,445	,587

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
10	19,989	,459	,630
17	19,794	,471	,658
25	19,740	,474	,615
20	19,732	,475	,546
84	19,484	,491	,605
60	19,456	,492	,547
50	19,439	,493	,482
56	19,350	,499	,456
26	18,643	,545	,754
59	18,605	,548	,710
42	18,384	,562	,751
45	18,332	,566	,714
24	18,024	,586	,793
41	18,007	,587	,743
58	17,958	,590	,703
79	17,916	,593	,657
55	17,912	,593	,587
97	17,678	,609	,643
19	17,672	,609	,573
110	17,616	,613	,530
106	17,407	,626	,573
4	17,337	,631	,537
1	17,314	,633	,473
90	17,187	,641	,469
14	17,157	,643	,409
16	17,137	,644	,345

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
72	17,096	,647	,296
39	16,425	,690	,597
93	16,239	,702	,624
99	16,042	,714	,658
40	15,872	,725	,675
63	15,812	,728	,630
100	15,674	,737	,629
49	15,555	,744	,615
13	15,537	,745	,543
38	15,410	,752	,532
95	15,366	,755	,471
53	15,341	,757	,399
69	15,234	,763	,374
104	15,213	,764	,304
34	15,212	,764	,230
48	15,092	,771	,214
7	15,031	,775	,174
64	14,738	,791	,226
57	14,707	,793	,172
44	14,646	,796	,135
18	14,584	,800	,103
31	14,227	,819	,156
73	13,904	,835	,207

Lampiran 9

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	210
Number of distinct parameters to be estimated:	43
Degrees of freedom (210 - 43):	167

Result (Default model)

Minimum was achieved	
Chi-square:	297,750
Degrees of freedom:	167
Probability level:	,000

H. Lampiran 10

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	43	297,750	167	,000	1,783
Saturated model	210	,000	0		
Independence model	20	2608,676	190	,000	13,730

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,048	,798	,746	,635
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,728	,108	,014	,098

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,886	,870	,946	,938	,946
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,879	,779	,831
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	130,750	86,477	182,872
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	2418,676	2257,368	2587,348

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2,635	1,157	,765	1,618
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	23,086	21,404	19,977	22,897

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,083	,068	,098	,000
Independence model	,336	,324	,347	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	383,750	403,381	501,407	544,407
Saturated model	420,000	515,870	994,602	1204,602
Independence model	2648,676	2657,807	2703,400	2723,400

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3,396	3,004	3,857	3,570
Saturated model	3,717	3,717	3,717	4,565
Independence model	23,440	22,012	24,932	23,520

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	76	81
Independence model	10	11

I. Lampiran 11

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KK <--- EM	,879	,092	9,595	***	par_1
PU <--- KK	,885	,104	8,521	***	par_2
PU <--- EM	,234	,098	2,376	,017	par_3
EM10 <--- EM	1,000				
EM9 <--- EM	1,045	,084	12,427	***	par_4
EM8 <--- EM	,960	,090	10,691	***	par_5
EM7 <--- EM	,987	,102	9,638	***	par_6
EM6 <--- EM	,935	,086	10,920	***	par_7
EM5 <--- EM	,921	,092	10,012	***	par_8
EM4 <--- EM	,932	,079	11,859	***	par_9
EM3 <--- EM	,874	,077	11,311	***	par_10
EM2 <--- EM	,919	,082	11,223	***	par_11
EM1 <--- EM	1,003	,085	11,832	***	par_12

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KK1	<---	KK	1,000				
KK2	<---	KK	,947	,075	12,643	***	par_13
KK3	<---	KK	,990	,069	14,268	***	par_14
KK4	<---	KK	,998	,072	13,959	***	par_15
KK5	<---	KK	,995	,080	12,498	***	par_16
KK6	<---	KK	1,012	,082	12,324	***	par_17
PU1	<---	PU	1,000				
PU2	<---	PU	1,098	,061	17,923	***	par_18
PU3	<---	PU	1,103	,062	17,875	***	par_19
PU4	<---	PU	1,003	,061	16,490	***	par_20

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	EM	KK	PU
KK	,819	,000	,000
PU	,193	,783	,000
PU4	,000	,000	,906
PU3	,000	,000	,927
PU2	,000	,000	,927
PU1	,000	,000	,924
KK6	,000	,840	,000
KK5	,000	,847	,000
KK4	,000	,896	,000
KK3	,000	,903	,000
KK2	,000	,852	,000
KK1	,000	,879	,000
EM1	,831	,000	,000
EM2	,807	,000	,000
EM3	,813	,000	,000
EM4	,834	,000	,000
EM5	,758	,000	,000
EM6	,796	,000	,000
EM7	,738	,000	,000
EM8	,785	,000	,000
EM9	,854	,000	,000
EM10	,871	,000	,000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	EM	KK	PU
KK	,000	,000	,000
PU	,641	,000	,000
PU4	,755	,709	,000
PU3	,773	,726	,000
PU2	,773	,725	,000
PU1	,771	,723	,000
KK6	,688	,000	,000
KK5	,694	,000	,000
KK4	,734	,000	,000
KK3	,740	,000	,000
KK2	,698	,000	,000
KK1	,721	,000	,000
EM1	,000	,000	,000
EM2	,000	,000	,000
EM3	,000	,000	,000
EM4	,000	,000	,000
EM5	,000	,000	,000
EM6	,000	,000	,000
EM7	,000	,000	,000
EM8	,000	,000	,000
EM9	,000	,000	,000
EM10	,000	,000	,000