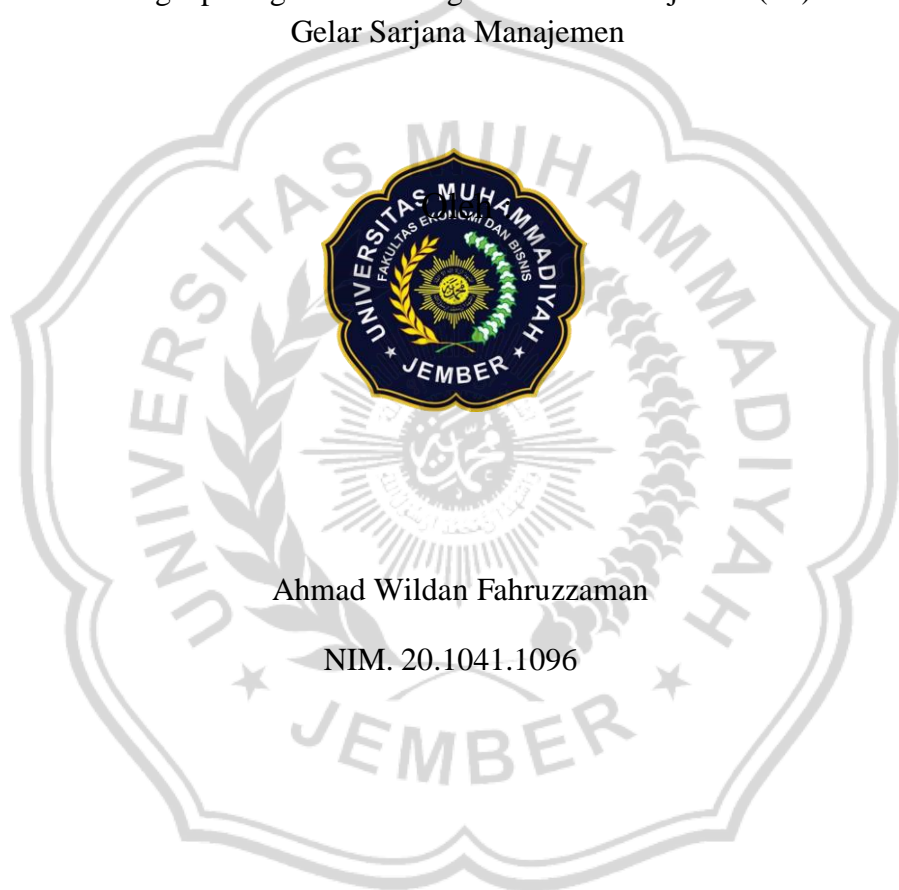


**PENGARUH *EXPERIENCE* MARKETING, KEPERCAYAAN, DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI  
PADA CAFE SLOU CS**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Ahmad Wildan Fahruzzaman

NIM. 20.1041.1096

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Wildan Fahrurrazman

Nim : 2010411096

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Experience* marketing, Kepercayaan, dan Suasana terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada cafe slou cs”, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 Juli 2024

Yang menyatakan

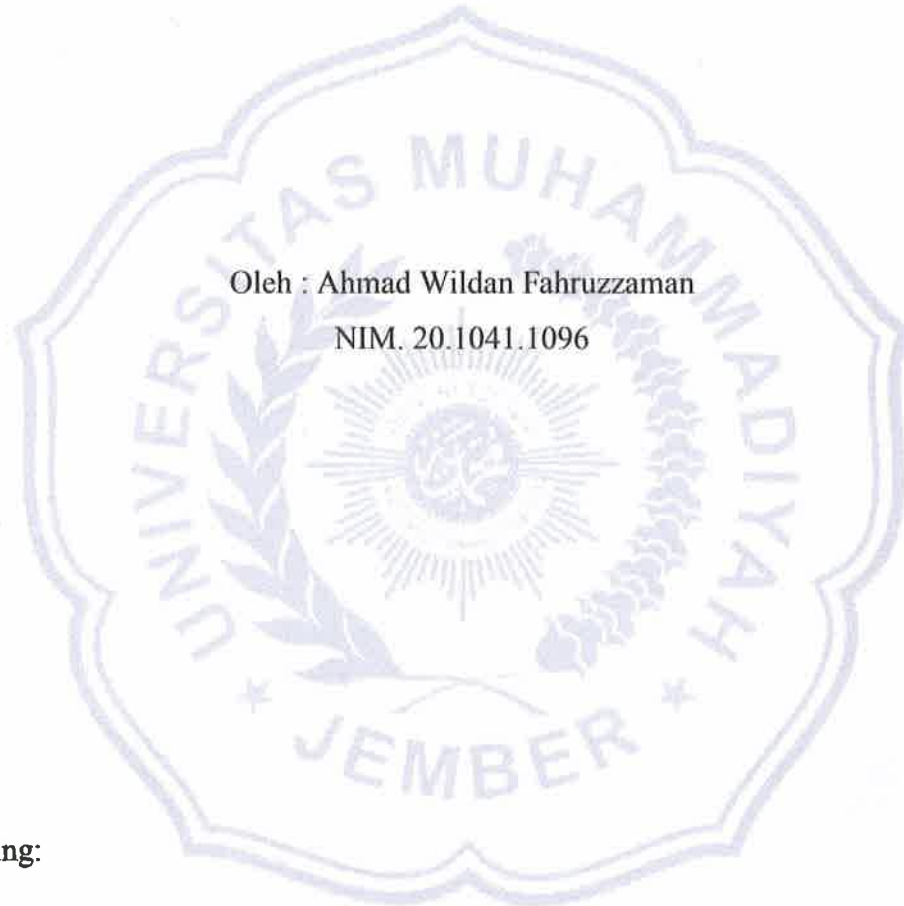


Ahmad Wildan Fahrurrazman

NIM. 2010411096

**PENGARUH *EXPERIENCE* MARKETING, KEPERCAYAAN, DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI  
PADA CAFE SLOU CS**

**SKRIPSI**



Oleh : Ahmad Wildan Fahruzzaman

NIM. 20.1041.1096

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Utama**

**: Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.**

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Naely Azhad'.

**Dosen Pembimbing Pendamping**

**: Feti Fatimah, SE, MM.**

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Feti Fatimah'.

## PENGESAHAN

Tugas akhir berjudul: “Pengaruh *Experience Marketing*, Kepercayaan, dan Suasana terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada Cafe Slou Cs”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 29 Juli 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

**Tim Penguji,**



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.  
NPK. 1986051411703796

**Anggota 1,**



Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.  
NPK. 196612311993031006

**Anggota 2,**



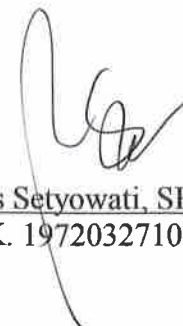
Feti Fatimah, SE, MM.  
NPK. 1979052510709622

**Mengesahkan:**



Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP. 197708112005012001

**Ketua Program Studi**



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.  
NPK. 1972032710509477

## MOTTO

“Jangan takut gagal tapi takutlah tidak pernah mencoba”

Roy t. Bennet (2014)

“Kita Harus Berhenti Merasa Takut”

Kylian Mbappe (2024)

“Kesabaran dan ketekunan membawa hasil yang luar biasa”

Napoleon (1920)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya. Dengan ketulusan hati dan sebagai ucapan terimakasih, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat disusun dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan Penguasa Alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa;
2. Kedua orang tua saya tercinta ibunda Nafisah dan ayahanda Wahibbul Minan yang selalu membimbing saya, mendidik saya untuk berakhlak baik, berkat kedua orang tua saya menjadi motivasi selesainya skripsi ini, terimakasih untuk kasih sayang ayah dan ibu yang tak terhingga telah menjadi sosok terhebat dalam hidup saya selama ini;
3. Kakak tercinta Liza Diana Manziel dan Ginung Yuri Aditya yang selalu mensupport dan mendukung dalam banyak hal sehingga kini saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
4. Adik Ahmad Naqy Muhibburridho tercinta yang selalu mendukung, serta seluruh keluarga besarku terimakasih atas segala perhatian, doa dan dukungannya yang selalu memberikan semangat;
5. Wanita terbaik yang sudah setia menemani saya dan selalu memberikan dorongan, semangat, dan doa hingga skripsi ini dapat terselesaikan;
6. Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si dan Ibu Feti Fatimah SE, MM selaku dosen pembimbing terimakasih atas bimbingan serta kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
7. Owner dan seluruh karyawan Slou CS yang selalu membantu selama penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
8. Sahabat nongkrong saya semuanya yang selalu memberikan support dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen C yang selalu mendukung, sukses buat kalian semuanya semoga selalu dalam lindungan Tuhan yang Maha Esa, sehat-sehat selalu;

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua. Akhir kata saya mempersembahkan skripsi ini untuk kalian semua, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang;

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur atas ke hadirat Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang dengan segala Rahmat dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experience* Marketing, Kepercayaan, dan Suasana terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada Cafe Slou Cs”. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi. M.Pd
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM Selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Achmad Hasan Hafidzi SE., MM. Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si. dan Ibu Feti Fatimah, SE, MM.Selaku Dosen Pembimbing saya yang telah berkenan memberikan arahan dan meluangkan waktunya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember terimakasih atas segala ilmu yang telah Bapak dan Ibu dosen berikan kepada saya.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2020, semoga kebersamaan yang telah kita jalin takkan terlupa hingga hari tua.
8. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN .....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	10
2.1.5 <i>Experience Marketing</i> .....	11
2.1.6 Kepercayaan .....	14
2.1.7 Suasana.....	15
2.1.8 Keputusan Berkunjung Kembali .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18



2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis .....	24
2.4.1 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> Terhadap Keputusan Berkunjung kembali .....	24
2.4.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Berkunjung kembali .....	24
2.4.3 Pengaruh Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung kembali.....	25
2.4.4 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> , Kepercayaan Dan Suasana Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Berkunjung kembali.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Identifikasi Variabel .....	27
3.2.1 Independen Variabel / variabel bebas (X).....	27
3.2.2 Dependen Independen Variabel / variabel terikat (Y).....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
1. Variabel Independen .....	27
2. Variabel Dependen (Y) .....	29
3.4 Desain Penelitian .....	30
3.5 Jenis Data Penelitian.....	30
3.5.1 Data Primer .....	30
3.5.2 Data sekunder.....	31
3.6 Populasi dan Sampel.....	31
3.6.1 Populasi .....	31
3.6.2 Sampel.....	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8 Teknik Analisis Data .....	32
3.8.1 Uji Instrumen.....	32
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	33
a. Uji Normalitas .....	33
b. Uji Multikolinieritas .....	34
c. Uji Heteroskedastisitas .....	34
3.8.4 Uji Hipotesis.....	34

3.8.5 Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	35
BAB 4 HASIL PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.1.1 Sejarah Singkat Cafe Slou cs. ....	36
4.1.2 Visi dan Misi .....	36
4.1.3 Struktur Organisasi.....	37
4.1.4 Job Description.....	38
4.1.5 Jam Kerja .....	38
4.2 Hasil Analisis Data .....	39
4.2.1 Karakteristik Responden .....	39
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	41
4.3 Hasil Uji Instrumen Data .....	61
4.3.1 Uji Validitas .....	61
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	62
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.1 Uji Normalitas.....	62
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
4.6 Pengujian Hipotesis .....	66
4.6.1 Uji (Uji T) .....	66
4.7 Uji F Simultan .....	66
4.8 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.9 Pembahasan .....	67
4.9.1 Pengaruh Experience Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali .....	67
4.9.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali .....	68
4.9.3 Pengaruh Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali.....	69
4.9.4 Pengaruh Experience Marketing, Kepercayaan, Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Secara Simultan .....	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	72
5.1 Kesimpulan .....	72

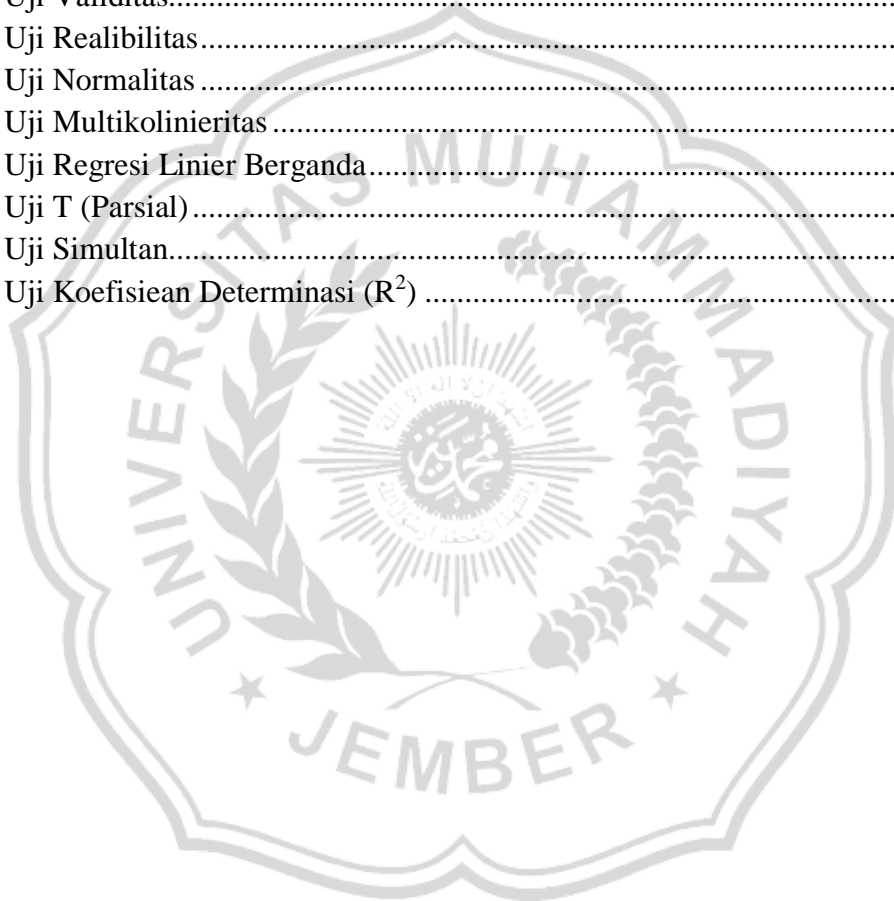
5.2 Saran .....	73
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	73
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	73
5.2.3 Bagi Akademik.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Nama Pesaing.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu dan Hasil .....	19
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	32
Tabel 4. 1 Tabel Jam Kerja.....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Umur .....	39
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 4. 5 Berkunjung .....	40
Tabel 4. 6 Experience Marketing (X1.1) .....	41
Tabel 4. 7 Experience Marketing (X1.1) .....	41
Tabel 4. 8 Experience Marketing (X1.1) .....	42
Tabel 4. 9 Experience Marketing (X1.1) .....	42
Tabel 4. 10 Experience Marketing (X1.1) .....	43
Tabel 4. 11 Experience Marketing (X1.1) .....	43
Tabel 4. 12 Experience Marketing (X1.1) .....	44
Tabel 4. 13 Experience Marketing (X1.1) .....	44
Tabel 4. 14 Experience Marketing (X1.1) .....	45
Tabel 4. 15 Experience Marketing (X1.1) .....	45
Tabel 4. 16 Experience Marketing (X1.1) .....	46
Tabel 4. 17 Experience Marketing (X1.1) .....	46
Tabel 4. 18 Experience Marketing (X1.1) .....	47
Tabel 4. 19 Kepercayaan (X2.1).....	47
Tabel 4. 20 Kepercayaan (X2.1).....	48
Tabel 4. 21 Kepercayaan (X2.1).....	48
Tabel 4. 22 Kepercayaan (X2.1).....	49
Tabel 4. 23 Kepercayaan (X2.1).....	49
Tabel 4. 24 Kepercayaan (X2.1).....	50
Tabel 4. 25 Kepercayaan (X2.1).....	50
Tabel 4. 26 Suasana (X3.1) .....	51
Tabel 4. 27 Suasana (X3.1) .....	51
Tabel 4. 28 Suasana (X3.1) .....	52
Tabel 4. 29 Suasana (X3.1) .....	52
Tabel 4. 30 Suasana (X3.1) .....	53
Tabel 4. 31 Suasana (X3.1) .....	53
Tabel 4. 32 Suasana (X3.1) .....	54
Tabel 4. 33 Suasana (X3.1) .....	54
Tabel 4. 34 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	55
Tabel 4. 35 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	55
Tabel 4. 36 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	56
Tabel 4. 37 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	56
Tabel 4. 38 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	57

Tabel 4. 39 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	57
Tabel 4. 40 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	58
Tabel 4. 41 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	58
Tabel 4. 42 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	59
Tabel 4. 43 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	59
Tabel 4. 44 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	60
Tabel 4. 45 Keputusan Berkunjung Kembali (X4.1).....	60
Tabel 4. 46 Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 47 Uji Realibilitas.....	62
Tabel 4. 48 Uji Normalitas .....	63
Tabel 4. 49 Uji Multikolinieritas .....	64
Tabel 4. 50 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4. 51 Uji T (Parsial).....	66
Tabel 4. 52 Uji Simultan.....	66
Tabel 4. 53 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4. 1 Logo Cafe .....	36
Gambar 4. 2 Gambar Struktur Organisasi .....	37
Gambar 4. 3 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner .....	78
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	79
Lampiran 3 Tabulasi Olah Data Responden.....	87
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	98
Lampiran 5 Analisis Indeks Jawaban Responden Experience Marketing (X1) .....	99
Lampiran 6 Analisis Indeks Jawaban Responden Kepercayaan (X2).....	102
Lampiran 7 Analisis Indeks Jawaban Responden Suasana (X3).....	103
Lampiran 8 Analisis Indeks Jawaban Responden Keputusan Berkunjung Kembali (Y) .....	105
Lampiran 9 Uji Validitas .....	108
Lampiran 10 Uji Reliabilitas .....	114
Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 12 Regresi Linier Berganda .....	116
Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis .....	116
Lampiran 14 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	117
Lampiran 15 Dokumentasi .....	118
Lampiran 16 Surat Izin Penelitian.....	119
Lampiran 17 Surat Selesai Penelitian.....	120