

**PENGARUH STRATEGI *BRANDING*, PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN  
*CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP DAYA SAING CAFE FOX JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**BAGUS PRASETYO**  
**2210411225**

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

**2025**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : BAGUS PRASETYO  
NIM : 2210411225  
PRODI : MANAJEMEN

Menyetakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh Strategi Branding, Pemanfaatan Media Sosial Dan Customer Experience Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi 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 memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 02 Juli 2025  
menyatakan



BAGUS PRASETYO  
NIM. 2210411225

## SKRIPSI

### PENGARUH STRATEGI *BRANDING*, PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP DAYA SAING CAFE FOX JEMBER



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Haris Hermawan. SE.,MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari Reskiputri, SE.,MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Strategi Branding, Pemanfaatan Media Sosial *Dan Customer Experience* Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 16 Juli 2025  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr. Feti Fatimah, SE., MM.  
NPK. 1979052510709622

Anggota 1

Anggota 2

Dr. Haris Hermawan, SE., MM.  
NPK. 1968101011503640

Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM.  
NPK. 1990032111703804

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Meliana Ika Sari, SE., MM  
NIP. 197708112005012001

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

## PERSEMBAHAN

Kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. My superhero ayahanda tercinta bapak Sugito terima kasih atas segala doa, dukungan, semangat dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Pintu surgaku Ibunda tercinta Ninuk Sri Indahyani yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan doa yang setiap hari untuk saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan umur yang panjang.
3. Kakak perempuan saya, Ika Mira Pratiwi. Terimakasih sudah menjadi panutan, terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan dan doa-doa terbaiknya selama ini, terimakasih telah ada dihidupku sebagai kakak yang memotivasi adiknya.
4. Teruntuk wanita tersayang, Fiya Arifin, S.A.B yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan serta semangat yang tidak didapatkan dimanapun, terimakasih telah membersamai hingga di detik terakhir penulisan tugas akhir skripsi.
5. Teruntuk sahabat-sahabat saya. Onky, Ravi, Adit, Sony, Faisal dan Kamil. Terimakasih selalu membantu memberikan semangat dan menjadi support terbaik dalam proses penulisan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian.
6. Tak terkecuali civitas akademika dan untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM. Selaku dosen penguji, bapak Dr. Haris Hermawan. SE.,MM. dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE.,MM. Selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir ini.
7. Terakhir kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya, terimakasih untuk semua tawa, dukungan dan rasa sayang yang pernah diberikan. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. perpisahan bukan akhir dari segalanya, tetapi awal baru dalam hidup kita. Semoga kita bisa menemukan kedamaian dan kebahagiaan di jalan yang kita pilih.

## MOTTO

“Sesungguhnya bencana kepadamu bukan untuk menghancurkanmu melainkan sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”

~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

Hidup bergerak sangat cepat. Jika kamu tidak berhenti dan melihat-lihat sesekali, kamu bisa melewatinya



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Strategi Branding, Pemanfaatan Media Sosial *Dan Customer Experience* Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE.,MM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Jember, 02 Juli 2025  
Yang menyatakan

BAGUS PRASETYO  
NIM. 2210411225



## DAFTAR ISI

|                                                     |      |
|-----------------------------------------------------|------|
| COVER .....                                         | i    |
| PERNYATAAN .....                                    | ii   |
| PERSETUJUAN .....                                   | iii  |
| PENGESAHAN.....                                     | iv   |
| PERSEMBAHAN .....                                   | v    |
| MOTTO.....                                          | vi   |
| ABSTRAK.....                                        | vii  |
| ABSTRACT.....                                       | viii |
| KATA PENGANTAR.....                                 | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                    | iii  |
| DAFTAR TABEL .....                                  | vi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                  | vii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                               | viii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                             | 1    |
| 1.1 <b>Latar Belakang</b> .....                     | 1    |
| 1.2 <b>Rumusan Masalah</b> .....                    | 5    |
| 1.3 <b>Tujuan Penelitian</b> .....                  | 5    |
| 1.4 <b>Kegunaan Penelitian</b> .....                | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                       | 7    |
| 2.1 <b>Branding Mode</b> .....                      | 7    |
| 2.2 <b>Manajemen Pemasaran</b> .....                | 7    |
| 2.2.1    Fungsi dan Tujuan Manajemen Pemasaran..... | 8    |
| 2.2.2    Strategi Manajemen Pemasaran .....         | 9    |
| 2.3 <b>Strategi Branding</b> .....                  | 10   |
| 2.3.1    Manfaat Strategi <i>Branding</i> .....     | 11   |
| 2.3.2    Tujuan Strategi <i>Branding</i> .....      | 12   |
| 2.3.3    Indikator Strategi <i>Branding</i> .....   | 13   |
| 2.4 <b>Media Sosial</b> ... ..                      | 14   |
| 2.4.1    Manfaat Media Sosial ... ..                | 15   |
| 2.4.2    Tujuan Media Sosial .....                  | 15   |
| 2.4.3    Indikator Media Sosial .....               | 16   |
| 2.5 <b>Customer Experience</b> .....                | 17   |
| 2.5.1    Manfaat Customer Experience .....          | 18   |
| 2.5.2    Tujuan <i>Customer Experience</i> .....    | 19   |
| 2.5.3    Indikator <i>Customer Experience</i> ..... | 19   |
| 2.6 <b>Daya Saing</b> .....                         | 20   |
| 2.6.1    Manfaat Daya Saing.....                    | 22   |
| 2.6.2    Tujuan Daya Saing .....                    | 22   |
| 2.6.3    Indikator Daya Saing .....                 | 23   |

|                                         |                                                                                             |           |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.7                                     | <b>Penelitian Terdahulu .....</b>                                                           | <b>24</b> |
| 2.8                                     | <b>Kerangka Konseptual.....</b>                                                             | <b>27</b> |
| 2.1                                     | <b>Hipotesis.....</b>                                                                       | <b>28</b> |
| 2.9.1                                   | Strategi <i>Branding</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember .....   | 28        |
| 2.9.2                                   | Pemanfaatan Sosial Media Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember .....   | 28        |
| 2.9.3                                   | <i>Customer Experience</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Saing Cafe Fox Jember ..... | 29        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  |                                                                                             | <b>30</b> |
| 3.1                                     | <b>Identifikasi Variabel .....</b>                                                          | <b>30</b> |
| 3.2                                     | <b>Definisi Operasional Variabel .....</b>                                                  | <b>30</b> |
| 3.2.1                                   | Strategi <i>Branding</i> (X1) .....                                                         | 30        |
| 3.2.2                                   | Media Sosial (X2).....                                                                      | 31        |
| 3.2.3                                   | <i>Costumer Experience</i> (X3).....                                                        | 32        |
| 3.2.4                                   | Daya Saing (Y) .....                                                                        | 33        |
| 3.3                                     | <b>Desain Penelitian.....</b>                                                               | <b>33</b> |
| 3.4                                     | <b>Jenis Data.....</b>                                                                      | <b>34</b> |
| 3.4.1                                   | Data Primer .....                                                                           | 34        |
| 3.4.2                                   | Data Sekunder .....                                                                         | 34        |
| 3.5                                     | <b>Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>                                 | <b>34</b> |
| 3.5.1                                   | Populasi.....                                                                               | 334       |
| 3.5.2                                   | Sampel.....                                                                                 | 34        |
| 3.5.3                                   | Teknik Pengambilan Sampel.....                                                              | 35        |
| 3.5.4                                   | Teknik Pengumpulan Data.....                                                                | 35        |
| 3.6                                     | <b>Teknik Analisis Data.....</b>                                                            | <b>36</b> |
| 3.7.1                                   | Uji Instrumen Data.....                                                                     | 36        |
| 1.                                      | Uji Validitas.....                                                                          | 36        |
| 2.                                      | Uji Reliabilitas .....                                                                      | 37        |
| 3.7.2                                   | Analisis Regresi Linier Berganda.....                                                       | 37        |
| 3.7.3                                   | Uji Asumsi Klasik.....                                                                      | 37        |
| 1.                                      | Uji Normalitas.....                                                                         | 37        |
| 2.                                      | Uji Multikolinearitas.....                                                                  | 38        |
| 3.                                      | Uji Heteroskedastisitas.....                                                                | 38        |
| 3.7.4                                   | Uji Hipotesis.....                                                                          | 38        |
| 1.                                      | Uji t (Uji Parsial). .....                                                                  | 38        |
| 3.7.5                                   | Koefisien Determinasi $R^2$ .....                                                           | 39        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                                                             | <b>40</b> |
| 4.1                                     | <b>Sejarah Singkat Coffe FOX Jember .....</b>                                               | <b>40</b> |
| 4.2                                     | <b>Gambaran Umum Responden.....</b>                                                         | <b>41</b> |
| 4.2.1                                   | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                   | 41        |
| 4.2.2                                   | Responden Berdasarkan Usia .....                                                            | 41        |
| 4.3                                     | <b>Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....</b>                                       | <b>42</b> |

|                                         |                                                                                  |           |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3.1                                   | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Strategi Branding .....        | 42        |
| 4.3.2                                   | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Media Sosial .....                      | 43        |
| 4.3.3                                   | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel <i>Customer Experience</i> ... | 44        |
| 4.3.4                                   | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Daya Saing.....                | 45        |
| <b>4.4</b>                              | <b>Hasil Uji Intrumen Data.....</b>                                              | <b>46</b> |
| 4.4.1                                   | Hasil Uji Validitas .....                                                        | 46        |
| 4.4.2                                   | Hasil Uji Reliabilitas.....                                                      | 47        |
| <b>4.5</b>                              | <b>Hasil Uji Asumsi Klasik.....</b>                                              | <b>48</b> |
| 4.5.1                                   | Hasil Uji Normalitas Data.....                                                   | 48        |
| 4.5.2                                   | Hasil Uji Multikolenieritas.....                                                 | 49        |
| 4.5.3                                   | Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                                               | 49        |
| <b>4.6</b>                              | <b>Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>                           | <b>50</b> |
| <b>4.7</b>                              | <b>Hasil Uji Hipotesis .....</b>                                                 | <b>51</b> |
| 4.7.1                                   | Hasil Uji t (Parsial) .....                                                      | 51        |
| <b>4.8</b>                              | <b>Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> .....</b>                       | <b>52</b> |
| <b>4.9</b>                              | <b>Pembahasan .....</b>                                                          | <b>53</b> |
| 4.9.1                                   | Pengaruh Strategi Branding terhadap variabel Daya Saing .....                    | 53        |
| 4.9.2                                   | Pengaruh Media Sosial terhadap variabel Daya Saing .....                         | 54        |
| 4.9.3                                   | Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap variabel Daya Saing .....           | 55        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> |                                                                                  | <b>57</b> |
| 5.1                                     | <b>Kesimpulan. ....</b>                                                          | <b>57</b> |
| 5.2                                     | <b>Saran .....</b>                                                               | <b>57</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>              |                                                                                  | <b>59</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 Survei Pra Penelitian .....                                             | 4       |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                               | 24      |
| Tabel 3.1 Skala Likert.....                                                       | 36      |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                | 41      |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....                                         | 41      |
| Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Strategi Branding .....          | 42      |
| Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Media Sosial .....                        | 43      |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel <i>Customer Experience</i> ..... | 44      |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Daya Saing .....                 | 45      |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data.....                                           | 46      |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....                                            | 47      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....                               | 48      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolenieritas .....                                      | 49      |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....                            | 50      |
| Tabel 4.12 Hasil uji t (Parsial).....                                             | 51      |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....                   | 52      |

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Jumlah Cafe di Kabupaten Jember..... | 1  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....                    | 27 |
| Gambar 4.1 Logo Fox Coffe .....                                    | 40 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....                     | 49 |
| Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                      | 50 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Pernyataan.....                    | 64 |
| Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Kuesioner .....             | 66 |
| Lampiran 3. Karakteristik Responden .....                | 71 |
| Lampiran 4. Ditribusi Jawaban Variabel .....             | 73 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen .....                    | 78 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                 | 81 |
| Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..... | 83 |
| Lampiran 8. Uji Hipotesis .....                          | 83 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....  | 83 |
| Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel .....                   | 83 |
| Lampiran 10. Dokumentasi .....                           | 87 |
| Lampiran 11. Surat Izin Penelitian .....                 | 88 |