

**PENGARUH CITRA DESTINASI, SUASANA TEMPAT DAN
EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN
(Studi Pada Kafe Kolong Jember)**

SKRIPSI

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



Oleh :

RIZKY NOVELIYANI PUTRI

1510411151

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rizky Noveliyani Putri
NIM : 15.10.411.151
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “Pengaruh Citra Destinasi, Suasana Tempat Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kafe Kolong Jember)” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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, April 2019
Yang menyatakan,

Rizky Noveliyani Putri
NIM : 1510411151

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA DESTINASI, SUASANA TEMPAT DAN
EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Pada Kafe Kolong Jember)**



Oleh :

RIZKY NOVELIYANI PUTRI

1510411151

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati., S.E, M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : A. Fahrur Rozi., S.E, M.M.

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : *Pengaruh Citra Destinasi, Suasana Tempat Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kafe Kolong Jember)*, telah uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Rizky Noveliyani Putri
Tanggal : 26 April 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. Anwar., Msc.

NPK : 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Trias S., S.E, M.M.

NPK : 05 09 477

A. Fahrur Rozi., S.E, M.M.

NPK : 19900201.1.1703798

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Progam Studi,

Dr. Arik Susbiyani., S.E, Msi.

NPK : 01 09 289

Haris Hermawan., S.E, M.M.

NPK : 15 03 643

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya engkau berharap.”

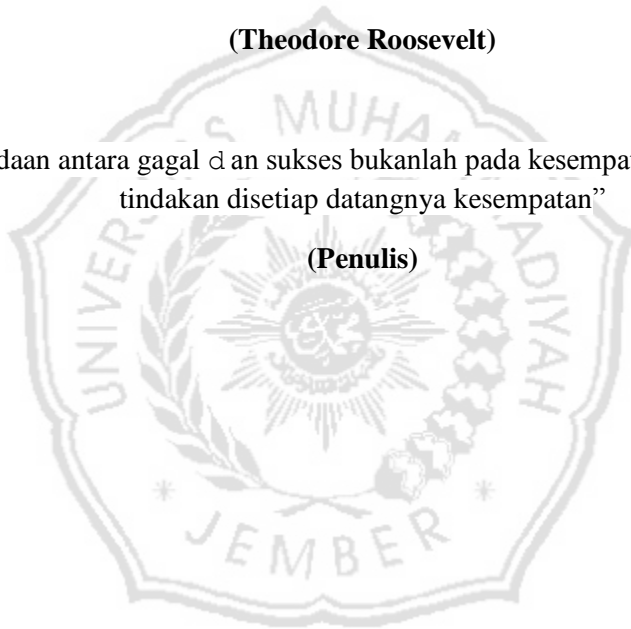
(QS. Al-Insyirah:6-8)

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana”

(Theodore Roosevelt)

“Perbedaan antara gagal dan sukses bukanlah pada kesempatan, tetapi pada tindakan disetiap datangnya kesempatan”

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ibu Trias S,S.E, M.M. sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Akhmad Fahrur Rozi, S.E, M.M. sebagai Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
2. Teruntuk orang tuaku dan keluarga besar saya yang saya cintai, terima kasih atas dukungan, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini;
3. Sahabatku Gusvilla Intan Vani dan Aisyah Kumala Haiti yang setia menemani saya, memberikan semangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini;
4. Sahabatku Faizah Nailufar dan Frieta Maharani yang jarang bertemu namun memberikan dukungan serta mendoakan saya agar cepat menyelesaikan skripsi;
5. My best Partner Patria Adhi Trianto yang akhir semester ini telah menemani saya, mensupport saya, mendoakan saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini;
6. Untuk seluruh teman-teman Manajemen D yang telah mendukung dan mendoakan saya untuk segera menyelesaikan studi ini, i love you all;
7. Teman-teman KKN 07 angkatan 2015, terima kasih;
8. Almamater Tercibta Universitas Muhammadiyah Jember;
9. Dan semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima Kasih ☺

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH CITRA DESTINASI, SUASANA TEMPAT DAN EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KAFE KOLONG JEMBER**”. Sebagai manusia biasa saya tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat berguna dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS**, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu **Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Drs. Anwar, M.Sc**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu **Trias Setyowati, SE, MM.**, Bapak **A. Fahrur Rozi, SE, MM.**, dan Bapak **Drs. Anwar, M.Sc**, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Pada bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Manajemen terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga **ALLAH SWT** memberikan balasan sesuai dengan rahmat serta hidayahNya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.

Jember, April 2019

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Peneliitian.....	7

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Pemasaran	7
2.2 Manajemen Pemasaran	7
2.3 Citra Destinasi	8
2.4 Suasana Kafe	9
2.5 Experiential Marketing	11
2.6 Loyalitas	13
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Kerangka Konseptual.....	15
2.4 Hipotesis	15

BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	17
3.2.1 Populasi	17
3.2.2 Sampel.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	18
3.4 Metode Pengumpulan	18
3.5 Definisi Operational Variabel	19
3.6 Skala Pengukuran	20
3.7 Metode Anlasis Data	20
3.8 Uji Instrumen.....	21
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	23
3.10 Uji Asumsi Klasik	23

3.11 Uji Hipotesis	24
a. Uji Hipotesis	24
b. Uji Koefisien Determinasi.....	24
BAB 4 : PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	25
4.1.1 Sejarah Perusahaan	25
4.1.2 Struktur Organisasi	26
4.2 Statistik Deskriptif	27
4.3 Deskriptif Variabel	30
4.4 Uji Instrumen.....	33
4.4.1 Uji Validitas	33
4.4.2 Uji Reabilitas.....	34
4.4.3 Uji Normalitas Data.....	34
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	35
4.6 Uji Asumsi Klasik	36
4.6.1 Uji Multikolinearitas	36
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	36
4.6 Uji Hipotesis.....	37
4.6.1 Uji t	37
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi	38
4.7 Pembahasan	37
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Konsumen Kafe Kolong	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	26
Gambar 4.2 Uji Normlitas dengan P-Plot	34
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38



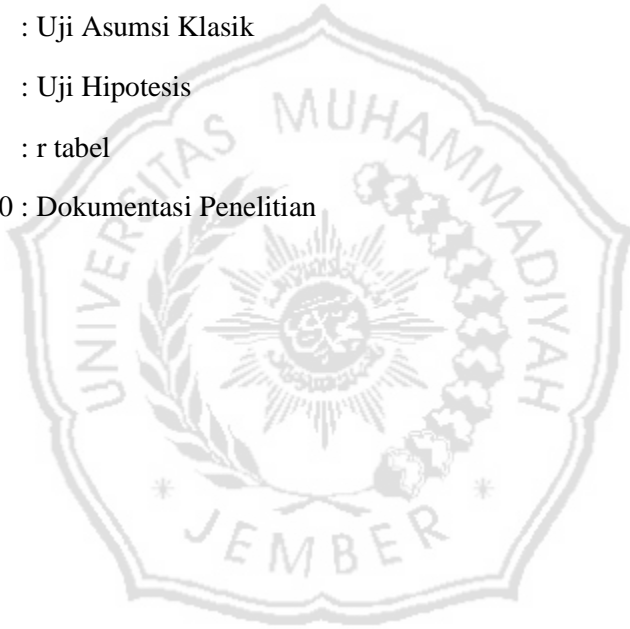
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.11 Hasil Regresi Variabel.....	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	36
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3 : Uji Validitas
- Lampiran 4 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Uji Normalitas Data
- Lampiran 6 : Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : r tabel
- Lampiran 10 : Dokumentasi Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E.W, Fornell, C. and Lehmann, D.R. 1996. "Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding from Sweden," *Journal Of Marketing*". Vol.58 Juli, p53-66
- Amalia, Ida dan Murwatiningsih. 2016. Pengaruh Citra Destinasi dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung. *Management Anaysis Journal*. Vol 5(3).
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Baloglu, S, & Brinberg, D (1997). Affective images of tourism destination. *Journal of Travel Research*, 35. 11-15.
- Berman B dan Ervans J.R. 2010. **Retail Management: A Strategic Approach 11th Edition**. New Jersey: Prentice Hall.
- Dessyana, Cindy Juwita. 2013. Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No. 3 Hal. 844-852
- Destari, Fajar. 2017. Meningkatkan Intention To Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata dan Destinasion image: Studi Kasus Pada Big Event JFC. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*. Vol 1(1): 44-58.
- Echner C.M dan Ritchi JRB. 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*. Vol (39) page 35.
- Fauzi, Rizzal. 2018. Pengaruh *Atmosphere Café*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Loodst Coffe* Tulungagung. *Simki Economic*. Vol 2 (2).
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. CV. Indoprint.

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Sess*. Cetakan keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill. 2003. **Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan**. Jakarta: Airlangga.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2011. *Ekonomitrika Dasar*, Terjemahan Sumarno Zain, Erlangga, Jakarta.
- Hailin, Qu., Kim, L.H., Im, H.H. 2011. "A model of destination branding: integreting the concepts of the branding and destination image", *Tourism Management*, Vol.32, pp. 465-475.
- Hendawan, Galih. 2015. *Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisata Berkunjung Ulang*. Skripsi. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Indriani, Farida. 2006. "Experiential Marketing sebagai suatu Strategi dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Repeat Buying untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran". *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* Volume 3, Nomor 1, Januari, Tahun 2006, Halaman 28-39.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan gProgram SPSS*. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jørgensen, Louise Gylling. 2004. "*An analysis of a destination"s image and the language of tourism*". Cand.Ling.Merc. (ii) Thesis Department of English.
- KBBI, 1990:667. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (Online) Available at : <http://kbbi.web.id/kebangkrutan>.
- Kotler, Philip and Amstrong (2008) *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip. 2012. **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian**. Terjemahan Angella Anitawati Hermawan. Jilid 2 Edisi 9. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler dan Keller 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.
- Leha, J. M., & Subagio, H. (2014). Pengaruh Atribut Caffe Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffe di The Square Appartement. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1 - 2 .
- Lopes, Sérgio Dominique Ferreira. 2011. *Destination image: origins, developments and implications*. Polytechnic Institute of Cávado and Ave Portugal.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2010. **Perilaku Konsumen Jilid Kedua**. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M.N. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Nggaur, Dionisius Apecilus. 2018. Pengaruh Harga, Suasana Café dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Modertaing. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Oeyoeno, Januar dan Diah Dharmayanti. 2013. Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening variabel di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 1 (2).
- Poerwadarminta, W.J.S. 1990. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka, Jakarta.
- Putri, Farida dan Dewi (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur).
- Prayitno, Duwi. 2010. Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS. MediaKom, Yogyakarta.
- Setyawati, Fifi. 2010. Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Gurih 7 Bogor. *Skripsi*. Bogor: IPB.

- Schmitt, Bernd. 1999. "Experiential Marketing". *Journal of Marketing Management*, 1999, 15, page 53-56.
- Schmitt, B. 1999. **Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Branda**. New York: FreePass.
- Schmitt, B. and A. Simonson (1997), In *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York, NY: The Free Press. Schmitt, B. H. (1999), *Experiential Marketing*. New York, NY: Free Press. Schmitt, B. H. (2003), *Customer Experience Management*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Schiffman Leon dan Kanuk Leslie Lazor. 2010. **Customer Behaviour 7th Edition**. New Jersey: Prentice Hall.
- Supardi. 2015. **Penilaian Autentik Pembelajaran Efektif, Kognitif Dan Psikomotor Konsep Dan Aplikasi**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, Nina W. 2010. **Komunikasi Pariwisata di Indonesia**. Bandung: News Publishing.
- Tasci, Asli D.A, and Metin Kozak. 2006. Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (4), p. 299-185.
- Utami, W Christina. 2017. **Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia**. Jakarta: Salemba Empat.
- Winahyu, Syuli Suryo. 2016. Pengaruh Citra Destinasi, Nilai Persepsi dan Kualitas Layanan Terhadap City Branding Melalui Loyalitas Wisatawan Yang Berkunjung Ke Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Jember: Universitas Jember.
- Qu, Hailin et al. 2011. A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image. *Journal of Tourism Management*. 32: 465-476.