

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
RESTORAN DAN CAFE *GLASSHOUSE 55* PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH:

ARDITYA NUGROHO

NIM. 161310857



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

2022

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA RESTORAN DAN CAFE
GLASSHOUSE 55
PONTIANAK**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

ARDITYA NUGROHO
NIM. 161310857

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 23 Mei 2022**

Majelis Penguji

Pembimbing Utama *



Samsuddin, S.E., M.Si.
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



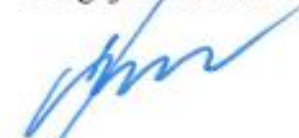
Dr. H. Herman Fachri, S.E., M.M.
NIDN. 1107056101

Pembimbing Pembantu



Neni Triana M, S.E. M.M.
NIDN. 1009028104

Penguji Pembantu



Sukardi, S.E., M.M.
NIDN. 1122028201

Pontianak, 23 Mei 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**



Dedi Hartanto, S.E., M.M.
NIDN. 1113117702

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak”. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini secara moril, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Doddy Irawan, S.T., M. Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Dedi Hariyanto, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan izin dan rekomendasi kepada penulis mengadakan penelitian dan pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Heni Safitri, S.E. M.M. selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan izin dan rekomendasi kepada penulis mengadakan penelitian dan pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Samsuddin, S.E., M.Si selaku dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan perhatian dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan mengarahkan dan memotivasi dengan penuh kesabaran dan

tidak mengenal lelah, serta mengoreksi skripsi ini dengan penuh ketelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Neni Triana M., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan perhatian dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan mengarahkan dan memotivasi dengan penuh kesabaran dan tidak mengenal lelah, serta mengoreksi skripsi ini dengan penuh ketelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen dan Staf seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah membantu selama masa perkuliahan.
7. Pemimpin dan General Manajer Restoran Glasshouse 55 Pontianak yang telah mengizinkan penulis mengadakan penelitian ini.
8. Ayah dan ibu tercinta atas dukungan moril yang tiada henti-hentinya.
9. Sahabat-sahabat yang selalu mensupport dan menyemangati, tempat belajar lebih dalam tentang makna persahabatan, keceriaan dan keharuan.
10. Semua teman-teman jurusan Manajemen 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

11. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner
Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT memberikan balasan yang
berlipat ganda kepada pihak yang telah memberikan bantuan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini,
oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik. Akhir kata, semoga
skripsi ini dapat bermanfaat.

Pontianak, 01 Agustus 2022

Penulis

Arditya Nugroho

NIM.16130857

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of experiential marketing on repurchase intention at Glasshouse 55 Pontianak Restaurant. This study uses the associative method. This study used a sample of 100 respondents with a purposive sampling technique. This instrument testing technique uses validity and reliability tests, while data analysis tools use normality tests, simple regression analysis, correlation coefficients, coefficients of determination, and model feasibility tests.

Based on the results of the simple regression analysis shows the regression equation $Y = 3.611 + 0.263X$. The coefficient result (r) is 0.593, which means that the correlation between Experiential Marketing and Repurchase Interest is moderate. The coefficient of determination shows a value of 0.352, which means that 35.2% of repurchase interest can be explained by experiential marketing, while the remaining 64.8% is influenced by other variables. The results of the model feasibility test (F test) show that the calculated F value is $53.137 > F$ table 3.94, it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that a simple linear regression model can be used to predict repurchase interest at the Glasshouse 55 Pontianak restaurant by Experiential Marketing.

Keywords: *Experiential Marketing, Repurchase Interest, Restaurant, and Café Glasshouse 55 Pontianak*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode assosiatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengujian instrumen ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan alat analisis data menggunakan uji normalitas, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji kelayakan model.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi sederhana menunjukkan persamaan regresi $Y = 3,611 + 0,263X$. Hasil dari koefisien (r) yaitu 0,593 artinya korelasi antara *Experiential Marketing* dan Minat Beli Ulang adalah sedang. Koefisien Determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,352, yang artinya 35,2 % minat beli ulang dapat dijelaskan oleh *experiential marketing*, sedangkan sisanya yaitu 64,8 % dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil uji kelayakan model (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung 53,137 > F tabel 3,94, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang pada restoran Glasshouse 55 Pontianak oleh *Experiential Marketing*.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Minat Beli Ulang, Restoran dan Café Glasshouse 55 Pontianak

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	7
C. Pembatasan Permasalahan.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Metode Penelitian	11
1. Jenis Penelitian	11
2. Teknik Pengumpulan Data.....	12
3. Populasi dan Sampel	13
4. Variabel Penelitian.....	15
5. Skala Pengukuran	15
6. Alat Analisis Data.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
A. Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran	21
1. Pemasaran.....	21
2. Konsep Pemasaran.....	22
3. Pemasaran Jasa	23
4. Karakteristik Jasa.....	23
B. Experiential Marketing	25
1. Pengertian Experiential Marketing	25
2. Manfaat Experiential Marketing.....	29
C. Perilaku Konsumen	30
D. Minat Beli Ulang	31
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	33
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	33

B. Lokasi Perusahaan	33
C. Jumlah Pekerja Perusahaan	34
D. Visi dan Misi Perusahaan	34
E. Struktur Organisasi	34
F. Aspek Pemasaran.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
A. Karakteristik Responden	41
B. Uji Instrumen.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	47
C. Uji Normalitas	48
D. Regresi Linier Sederhana.....	49
E. Koefisien Korelasi	50
F. Koefisien Determinasi	51
G. Uji Kelayakan Model (Uji F)	51
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Nama Restoran di Kota Pontianak	2
Tabel 1.2. Data Daftar Menu Harga Produk	5
Tabel 1.3. Data Penjualan	6
Tabel 1.4. Skor Pernyataan Responden	16
Tabel 1.5. Interpretasi koefisien Korelasi	18
Tabel 3.1 Daftar Jumlah Karyawan	37
Tabel 4.1. Profil Responden Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Profil Responden Usia	39
Tabel 4.3. Profil Responden Status Perkawinan	40
Tabel 4.4. Profil Responden Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5. Profil Responden Pekerjaan	41
Tabel 4.6. Profil Responden Pendapatan	42
Tabel 4.7. Profil Responden Jumlah Tanggungan	42
Tabel 4.8. Profil Frekuensi Berkunjung	43
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	44
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	46
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	47
Tabel 4.15. Koefisien Korelasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Perusahaan.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Data Responden.....	60
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden <i>Experiential Marketing</i>	63
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Rsponden Minat Beli Ulang.....	67
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	71
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	75
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	77
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang.....	78
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	79
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	80
Lampiran 11 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	81

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan Kuliner di Kota Pontianak sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Semakin banyak usaha yang bermunculan, baik yang sudah terkenal maupun yang masih termasuk usaha baru, mulai dari yang berbentuk gerobak sampai dengan restoran. Teknologi informasi saat ini sudah semakin canggih, para pebisnis dapat dengan mudah mempromosikan produk mereka dilaman media sosial. Hal ini memiliki peran sangat besar dalam memajukan sebuah bisnis, seperti halnya bisnis kuliner, baik itu makanan maupun minuman. Bisnis kuliner tidak pernah terlepas dari kafe hingga restoran.

Restoran merupakan usaha kuliner yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu terhadap makanan ataupun minuman yang disajikan. Biasanya bisnis kuliner tidak pernah terlepas dari adanya kafe. Kafe merupakan usaha yang di bidang kuliner yang mengarah ke dalam aspek restoran serta minuman-minuman untuk para pelanggannya. Kafe juga merupakan salah satu bisnis kuliner atau usaha yang mulai digemari atau diminati beberapa orang. Banyaknya kafe yang bermunculan mengakibatkan para pendiri dari kafe tersebut ingin memberikan sentuhan yang berbeda terhadap kafenya, menciptakan konsep yang berbeda dari kafe-kafe lainnya. Masyarakat zaman sekarang kebanyakan lebih menyukai hal-hal yang baru, berbeda dari sebelumnya. Biasanya terdapat juga kafe-kafe yang menggunakan nuansa dan tema-tema tertentu untuk

konsepnya. Selain itu gaya hidup masyarakat yang kian berubah di era globalisasi menjadi dampak para masyarakat untuk membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih efisien serta membagi sarana seperti *refreshing*, untuk pertemuan dengan rekan bisnis, mengadakan acara spesial dengan keluarga, kerabat, pacar, dan teman. Berbicara mengenai restoran dan kafe di Pontianak, banyak sekali jenis restoran terdapat di Kota Pontianak ini, mulai dari makanan Asia sampai dengan Eropa, dari *range* harga rendah hingga tinggi, ada juga restoran yang mencakup semuanya mulai dari makanan Asia, Eropa, Amerika dengan nuansa barat. Terlihat dibawah ini Daftar Nama-Nama Restoran di Kota Pontianak :

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja, dan PTSP (DPMTKPTSP)
Daftar Nama-Nama Restoran di Kota Pontianak
Tahun 2021

No	Nama Pemilik	Alamat	Nama Usaha
1.	Grata Eko Wijaya Fadjrai	Jl. Teuku Umar No. 69	CV. Karya Indah Grup
2.	Carolina Sutanty	Jl. Ayani Komp. Mega Mall	<i>Pizza Hut</i>
3.	Hotib Tarmizi	Jl. Ayani Komp Museum Kalbar	Restoran Putri Raya
4.	Ng Kim Tek/ Hendrik Wijaya	Jl Ampera	Restoran Rindang Alam
5.	Hartini, A.Md	Jl. Pahlawan No.1	<i>Texas Chicken</i>
6.	Wibowo Kusnadi	Jl. H. Agus Salim	D'Penyetz
7.	Denny	Jl. Tabrani Ahmad	Resto Bakul Desa
8.	Lim Siau Tong	Jl. Ismail Mrzuki No.33	Pondok Indah Kakap
9.	Adia Yanto Halim	Jl. Ayani Komp Mega Mal Lt.2	CV. Kuliner Cipta Rasa
10.	Arie Chandra	Jl. Ayani Komp Mega Mall	<i>Red Bean</i>
11.	Beny Darmawan	Jl. Ayani No. 24	KFC A. Yani
12.	Muhammad Hatta	Jl. Tanjung Pura	KFC Ramayana
13.	Florence Siska Wiwin	Jl. M. Sohor	O'O Café Resto
14.	Carolina Susanty	Jl. Gajahmada	<i>Pizza Hut</i>
15.	Eddy Santoso Lim	Jl . Teuku Umar No. 58	Pondok 18

16.	Akbar Hijrayanto	Jl. Ahmad Yani No.1 RT 003/ RW 014	Restoran Sederhana
17	Dr. Dhea Larasati	Jl. Jenderal Ahamad Yani	<i>Restoran OZ Coffe and Eatry</i>
18.	Yopie Setiawan	Jl.Wr. Supratman Komp. Ruko WRS Business Blok A	Restoran <i>Honjee</i>
19.	Hadi	Jl. Gajah Mada	Restoran Mutiara
20.	Felix Tan	Jl. Hasanuddin No. 51	Restoran <i>Glasshouse 55</i>
21.	Lim Yuliawaty	Jl. Perdana Komp Perdana Square	<i>Hooked Bistro</i>

Sumber : Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja, dan PTSP (DPMTKPTSP) 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan daftar nama restoran yang tersebar di Kota Pontianak. Terdapat berbagai jenis restoran mulai dari restoran *seafood*, cepat saji, bistro, dll.

Glasshouse 55 Pontianak merupakan Restoran Café yang berlokasi di Jalan Hasanuddin No.55 B-C lantai 4 dan 5 Pontianak terletak sudut kota pada Pontianak bagian barat ini menyuguhkan pemandangan kota dari atas. Dengan lokasi yang strategis di depannya terdapat sungai dan juga terdapat *Rooftop Café* yang menghadirkan sensasi yang berbeda dengan café-café lainnya. Tatanan ruang yang rapi, bersih, dan hiasan-hiasan ruangan. Menyediakan ruangan *smoking area* untuk yang merokok. Didukung fasilitas AC (*Air Conditioner*) dan *aromatic* ruangan seperti *living room aromatic* yang menjadikan *Glasshouse* merupakan restoran kafe yang diminati. Restoran Kafe *Glasshouse 55* Pontianak menggunakan konsep yang berbeda, dengan menggunakan ornamen-ornamen budaya barat dan suasana klasik dengan beragam musik membuat *Glasshouse55* merupakan salah satu Restoran di Pontianak yang diminati oleh kaum muda. Berkonsep *Western* yang menunjukkan suasana seperti berada di Eropa makanan yang dihadirkan juga beraneka ragam, semuanya menggunakan konsep dari

western food dan *American food* karena memang kebanyakan berasal dari luar negeri tetapi tetap menghadirkan *Asian cuisine* yang mendapatkan sentuhan Indonesia yang dikarenakan konsumen dari Restoran *Café Glasshouse 55* pun sangat beragam dan tentunya memiliki minat yang berbeda-beda.

Glasshouse 55 Pontianak juga mempunyai tujuan untuk mengedukasi masyarakat terhadap makanan luar, yang disebutkan bahwa *Glasshouse* mempunyai makanan barat seperti Pizza dan Steak, mereka juga menyajikan makanan asia untuk tidak bisa makanan barat. Banyaknya restoran sejenis di Pontianak tidak menghalang *Glasshouse 55* tetap eksis disemua kalangan, mulai dari pelajar hingga orang tua. Sering memberikan *discount*, *event-event* tertentu menjadi salah satu alasan pelanggan untuk berkunjung lagi ke *Glasshouse 55* Pontianak. Biasanya *Glasshouse* mengadakan acara-acara seperti *Halloween Days*, *Valentine Day*, *Birthday Party*, *Independence Day*, hari-hari besar lainnya dengan menggunakan tema kostum dari masing-masing *event* tersebut. Para karyawan juga menggunakan *dresscode* untuk turut merayakan acara tersebut. Disamping itu *Glasshouse 55* juga sering memberikan voucher makanan gratis bagi para pelanggannya yang sering ikut serta dalam beberapa yang mereka adakan dengan syarat dan ketentuan berlaku.

Konsep pemasaran yang memberikan pengalaman yang unik dan berkesan kepada konsumennya dikenal dengan *Experiential Marketing*. Konsep Pemasaran ini yaitu konsep pemasaran yang memberikan pengalaman yang unik, dan mengesankan kepada konsumennya yang nantinya menimbulkan rasa ingin lagi hingga menimbulkan minat beli ulang. Melihat fenomena tersebut, salah satu hal

yang dapat dilakukan dalam mengatasi masalah tersebut yaitu melalui konsep *Experiential Marketing*

Pelanggan yang telah mencapai kepuasan sangat memungkinkan sekali untuk datang kembali, untuk memberitahu teman, rekan maupun orang lain akan pengalaman yang mereka dapatkan tentang produk dan jasa perusahaan. Dengan memberikan suasana yang berbeda, diharapkan akan menimbulkan kesan unik serta pengalaman tersendiri bagi konsumen maupun pelanggan yang berkunjung ke Restoran Kafe *Glasshouse 55 Pontianak* , sehingga konsumen merasa bahwa produk yang dibelinya sesuai yang diharapkan.

Terdapat jenis makanan pada Restoran Cafe *Glasshouse 55 Pontianak* menjadikan *Glasshouse 55* merupakan restoran cepat saji yang memiliki hidangan lengkap mulai dari hidangan pembuka hingga hidangan penutup. Dibawah ini merupakan Daftar Menu Makanan dan Minuman pada Restoran Kafe *Glasshouse 55 Pontianak*.

Tabel 1.2
Restoran *Glasshouse 55 Pontianak*
Daftar Menu dan Harga Restoran *Glasshouse 55 Pontianak*
Daftar Menu Makanan Tahun 2021 (Dalam Rupiah)

No.	Nama Menu	Harga
1.	Gado-Gado	Rp.26.000.-
2.	<i>Glasshouse Meatball Pasta</i>	Rp.60.000.-
3.	<i>Glasshouse Metball Signature</i>	Rp.68.000.-
4.	<i>Glasshouse Nachos</i>	Rp.34.000.-
5.	<i>Glasshouse Sundae Ice Cream</i>	Rp.24.000.-
6.	<i>Grilled Chicken Baked Ice</i>	Rp.56.000.-
7.	<i>Hainanese Chicken Rise</i>	Rp,42.000.-
8.	<i>Hazelnut Americano</i>	Rp.24.000.'
9.	<i>Meat The Cheesse</i>	Rp.48.000.-
11.	<i>Nachos Cheese</i>	Rp.42.000.-
12.	<i>Nachos Chili & Cheese</i>	Rp.42.000.-

13.	<i>Old Style FrenchFries</i>	Rp.30.000.-
14.	<i>Orange Chicken Burger</i>	Rp.32.000.-
15.	<i>Pannacota Pudding</i>	Rp.44.000.-
16.	<i>Pasta Beef Rendang</i>	Rp.44.000.-
17.	<i>Potato Chili Cheese</i>	Rp.42.000.-
18.	<i>Hot Chocoloate</i>	Rp.24.000.-
19.	<i>Ice Capuchino</i>	Rp.32.000.-
20.	<i>Quart Heineen 640 Ml</i>	Rp.66.000.-
21.	<i>Peach Tea</i>	Rp.20.400.-
22.	<i>Ice Tea Manis</i>	Rp.20.000.-
23.	<i>Javanesse Jasmin Tea</i>	Rp.24.000.-
24.	<i>Lady Rose</i>	Rp.28.000.-
25.	<i>Latte</i>	Rp.28.000.-
26.	<i>Lemon Frappe</i>	Rp.32.000.-
27.	<i>Mango Tea</i>	Rp.40.000.-

Sumber :Restoran Glasshouse 55 Pontianak 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 berbagai macam menu makanan dan minuman serta harga yang disediakan dengan harga terjangkau, tersedia varian makanan ringan hingga makanan berat, dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup. Pelayanan restoran dibuka mulai Pukul 16.00 hingga pukul 23.00.

Terlihat dibawah ini data penjualan setiap tahunnya mulai dari 2018-2020 Restoran Kafe *Glasshouse* 55 Pontianak.

Tabel 1.3
Restoran *Glasshouse* 55 Pontianak
Data Penjualan Periode 2018-2020
(Dalam Rupiah)

No	Tahun	Data Penjualan
1.	2018	Rp. 880.260.000.
2.	2019	Rp. 901.275.200.
3.	2020	Rp. 994.800.000.

Sumber : Restoran Kafe *Glasshouse* 55 Pontianak Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan data penjualan dari 2018 sampai dengan 2020, terdapat kenaikan total Penjualan dari tahun 2018 - 2019 sebesar 2,387 %. Untuk tahun selanjutnya juga mengalami kenaikan penjualan sebesar 9,401 %.

Experiential Marketing merupakan konsep pemasaran yang memberikan pengalaman yang unik, dan mengesankan kepada konsumennya yang nantinya akan menimbulkan minat beli ulang konsumen. Dengan demikian, pada penelitian ini penulis bermaksud untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh *experiential marketing* yang diterapkan oleh Restoran dan Kafe *Glasshouse 55* Pontianak terhadap minat beli ulang konsumen yang terbentuk dari pengalaman ketika mengunjungi. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, untuk melihat sejauh mana pengaruh *experiential marketing* terhadap minat beli ulang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran dan Café *Glasshouse 55* Pontianak. “**

B. Permasalahan

Berdasarkan paparan mengenai latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada restoran dan kafe *Glasshouse 55* Pontianak?.

C. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah agar tidak meluasnya permasalahan yang ada. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *experiential marketing* yang akan diteliti mencakup lima aspek yaitu *sense, feels, think, act, dan relate* pada Restoran Café *Glasshouse 55* Pontianak.
2. Minat beli ulang yang akan di teliti adalah konsumen atau pelanggan tetap yang sudah melakukan pembelian ulang pada Restoran *Glasshouse 55*

Pontianak meliputi yang dinilai dari aspek minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Restoran dan Cafe Glasshouse 55 Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan/wawasan mengenai bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan *experiential marketing* dari Restoran dan Cafe *Glasshouse 55* Pontianak, dan untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari di dalam perkuliahan, serta menyusun skripsi wajib ditempuh penulis sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Pontianak.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menyajikan informasi serta memberikan masukan dalam menentukan strategi pemasarannya dan keefektivitas *experiential marketing* bagi Restoran dan Cafe Glasshouse 55 Pontianak sehingga kedepannya dapat meningkat minat beli ulang konsumen

3. Bagi Almamater

Penelitian ini merupakan aplikasi dari berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan, dan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2016:128) : “Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Kerangka berfikir yang baik menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti”.

Menurut Schmitt dalam Lupiyoadi (2013 : 131), “pemasaran *experiential* sebagai suatu kemampuan pemberi produk barang/jasa dalam menawarkan pengalaman emosi hingga menyentuh hati dalam perasaan konsumen”. *Strategic Experiential Marketing Modules (SEMs)*, yang menjadi penyokong bagi pemasaran eksperiensial, yang terdiri dari 5 tipe *sense, feel, think, act, dan relate*. Lupiyoadi (2013:131) menjelaskan kelima dasar dari *experiential marketing*, sebagai berikut :

- a. *Sense. Sense Marketing* diartikan sebagai bagaimana menciptakan pengalaman kepada konsumen melalui sentuhan terhadap indera manusia.
- b. *Feel. Feel Marketing* adalah strategi dan implementasi dalam mengikat konsumen untuk senang terhadap perusahaan dan merek melalui pengalaman penyedia jasa.
- c. *Think. Think Marketing campaign* adalah model metode pemasaran yang mendorong pelanggan untuk berpikir kreatif atas perusahaan dan merek-mereknya.
- d. *Act. Strategi act marketing* dilaksanakan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang dihubungkan pada perilaku individu, perilaku sosial, dan gaya hidup, seperti halnya pengalaman yang timbul melalui interaksi sosial.
- e. *Relate. Relate Marketing* adalah pengembangan perasaan yang dirasakan oleh individu yang merupakan sebuah pengalaman yang dikaitkan dengan *figure* idaman individu tersebut, orang lain, dan suatu kebudayaan.

Menurut Hasan (2013:131), “Pembelian ulang merupakan pembelian lebih disebabkan oleh adanya perilaku masa lalu (pengalaman konsumsi) yang secara langsung mempengaruhi minat dan perilaku mengkonsumsi ulang pada waktu yang akan datang”.

Menurut Hasan (2013:131), minat beli ulang (*repeat intention to buy*) dapat diidentifikasi melalui dimensi atau indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial: yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk, preferensi ini dapat berubah bila terjadi perubahan pada produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif: minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang sama.

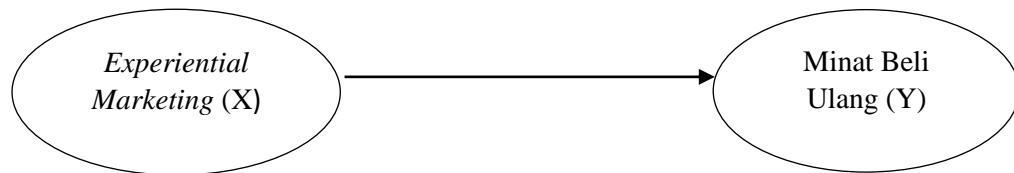
Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan saya sehingga memilih penelitian ini yaitu :

Menurut Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendarsono dan Sugiharto (2013) dengan Judul Penelitian ialah Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo, menyimpulkan bahwa dari hasil temuan lapangan dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: Dapat disimpulkan bahwa secara simultan komponen-komponen *experiential marketing* yaitu *sense experience, feel experience, think experience, act experience, relate experience* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial komponen *experiential marketing* yaitu *sense*

experience, feel experience, think experience, relate experience berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Dalam penelitian Lamongi dkk (2018) dengan judul penelitian pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang konsumen di J.co Donuts dan Coffee Tanado Town Square Manado menyimpulkan bahwa Kesimpulan dari penelitian ini adalah komponen *Experiential Marketing (sense, feel, think, act, relate)* secara simultan berpengaruh terhadap Minat beli ulang konsumen di J.Co Donuts & Coffee Manado Town Square.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2) “Metode Penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah Asosiatif”.

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Menurut Sujarweni (2019:16). “Penelitian Asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala”

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016 : 223) : “Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara”. Salah satunya dengan berbagai sumber. Terdiri dari 2 yaitu Sumber Primer dan Sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016 : 223) : “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Data primer dalam penelitian ini di peroleh melalui :

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2016 : 224) “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”. Dalam penelitian ini penulis melakukan tanya jawab langsung yaitu Manajer dan Admin pada Restoran dan Café *Glasshouse 55* Pontianak dan konsumen yang datang berkunjung ke restoran langsung. Melalui wawancara inilah peneliti menggali data perusahaan *Glasshouse 55* Pontianak, informasi, dan kerangka keterangan dari subyek penelitian. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016 : 230) : “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Glasshouse 55 Pontianak yang sudah berkunjung lebih dari satu kali ke Restoran Glasshouse 55 Pontianak.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016 : 376) : “Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini studi dokumentasi yaitu pengumpulan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari Restoran Cafe *Glasshouse 55* Pontianak. Data sekunder tersebut berupa laporan-laporan data penjualan dan harga-harga produk.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian. Menurut Sugiyono (2016 : 148) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya“. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan pada Restoran Café *Glasshouse 55* Pontianak.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:149): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka digunakan pendekatan *Isac Michel* dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

Sumber: Siregar (2017:34)

Keterangan:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z = tingkat kepercayaan/signifikan

e = *margin of error*

$$\begin{aligned} \text{Maka : } n &= \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{0,1^2} \\ &= 56,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 57 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, menurut Siregar (2017:33) “*purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu”. Adapun kriteria-kriteria yang dimaksud yaitu :

1. Responden berusia minimal 18 tahun .
2. Frekuensi berkunjung responden lebih dari satu kali.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016 : 95) : “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi variabel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2016 : 96) : “Variabel Independen adalah variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Experiential Marketing*.

b. Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2016 : 97) “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Minat Beli Ulang.

5. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2016 : 168) : “ Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang digunakan, dengan cara melihat jawab responden terhadap kuesioner yang di sebar. Berikut skor pernyataan responden

Tabel 1.4
Skor Pernyataan Responden

Alternatif Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Alat Analisis

Menurut Sugiyono (2016 : 238) “Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif, dan statistik inferensial”. Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah berkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum untuk generalisasi, dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for windows version 22*. Metode Pengolah Datanya adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:46): “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”. Uji instrumen dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1). Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:46): “Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur”.

Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item pernyataan atau pertanyaan dengan total skor item pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Siregar (2017:47):

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

- a) Koefisien korelasi *Product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999)
- b) Koefisien Korelasi *Product moment* $> r\text{-tabel} (\alpha ; n - 2)$ $n =$ jumlah sampel.
- c) Nilai $\text{sig} \leq \alpha$.

2). Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47): “Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”. Adapun teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah teknik *alpha cronbach*. Menurut Siregar (2017:57): “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{ii}) $> 0,6$ ”.

b. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016:154): “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Menurut siregar (2017:159), kriteria pengujian yang diambil berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas (sig) $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

c. Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2017:284): “Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = *Experiential Marketing*

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:251): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, digunakan kriteria sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.5:

Tabel 1.5
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi (R)	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2017:251)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:290): “Koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar sumbangan (kontribusi) yang diberikan variabel X terhadap perubahan variabel Y”.

$$\text{Rumus : } \mathbf{KD} = (\mathbf{r})^2 \times \mathbf{100\%}$$

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi Minat Beli Ulang produk pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak yang dipengaruhi oleh *Experiential Marketing*. Uji f ini digunakan untuk menguji apakah terdapat signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan pada tingkat α sebesar 5 %. Jika nilai signifikansi uji $F < 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya, begitupun sebaliknya. Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

H_0 : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi Minat Beli Ulang yang di pengaruhi oleh *Experiential Marketing*

H_a : Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi Minat Beli Ulang yang dipengaruhi oleh *Experiential Marketing*

2) Menentukan nilai F tabel dengan kriteria: $\alpha = 0,05$ (5%)

3) Kriteria Keputusan

a) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebagian responden adalah perempuan, berusia 18-25 tahun, sebanyak 39 orang karyawan swasta, memiliki pendapatan sebesar Rp 2.100.000,00 – Rp 3.000.000, belum menikah, dan jumlah tanggungan 1 orang.
2. Hasil pengujian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah : $Y=3,611+ 0,263X$. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,593, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *experiential marketing* dengan minat beli ulang adalah sedang karena nilainya berada pada interval 0,400-0,599.
3. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,352. Hal ini berarti bahwa 35.2 % minat beli ulang dapat dijelaskan oleh *experiential marketing*, sedangkan sisanya yaitu sebesar 64.8 % (100-35.2) keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung 53.137 > F tabel 3.94, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak yang dipengaruhi oleh *Experiential Marketing*

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemberian pengalaman dalam suatu produk secara unik dan mengesankan adalah upaya untuk membuat pelanggan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, semua unsur *experiential marketing* perlu dipertahankan, kalau perlu ditingkatkan lagi dengan cara memberikan kualitas sesuai harga yang terjangkau serta memberikan kesan yang unik dan berbeda dari restoran lainnya yang akan mempengaruhi rasa puas para pelanggan Restoran Glasshouse 55 Pontianak.
2. Glasshouse 55 Pontianak dapat melibatkan konsumen untuk merekomendasikan produk Glasshouse 55 Pontianak melalui media online seperti *repost* dan *tag people* di instagram dan mendapatkan *reward* potongan harga atau promosi lainnya. Sehingga konsumen tidak hanya sekedar bercerita, namun juga merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini bisa berdampak pada banyaknya konsumen Glasshouse 55 Pontianak yang datang atas rekomendasi orang lain.
3. Glasshouse 55 Pontianak perlu meningkatkan performa elemen *Think*, karena performa elemen *Think* dianggap paling rendah oleh konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan kejutan pada rasa dan kualitas makanan yang sesuai dengan nuansa budaya barat serta memberikan varian potongan harga setiap pembelian produk Glasshouse 55 Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Assauri, Sofjan, 2013 *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali Pers
- Bahar Arfiani. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang*. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol 3
- Ghozali, Imam 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendarsono, Sugiharto. 2013. *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Café Buntos 99*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 (2)
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng 2009, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12, jilid 12, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Lamongi J, Tumbuan W, Loindong Sjendry, *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di J.CO Donuts dan Coffe Manado Town Square Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol 6.6 (4)
- Lamongi J, Tumbuan W, Loindong S, 2018. *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di J.CO Donuts Coffee Manado Town Square Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol 6. (4).
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empa
- Murti, Nurhayati, 2012, Analisis *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone*. *Jurnal UNIMUS*. Vol 8.(2)
- Saidani B, Arifin S. 2012 *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada ranch market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol 3. 1
- Smilansky S . 2009. *Experiential Marketing, A Pratical Guideto Interactive Brand Experiences*
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Al

Lampiran 1

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu

Responden

Konsumen Restoran Glasshouse 55 Pontianak

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arditya Nugroho

Nim : 161310857

Prodi : Manajemen .

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pontianak yang sedang membuat proposal dengan judul “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak”. Oleh karena itu, mohon bantuan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini hanya kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan kerahasiaan Bapak/Ibu dapat saya jamin.

A. Profil Responden

Berilah tanda *check list* (✓) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Status Perkawinan :
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan :
7. Pendapatan :
8. Jumlah Tanggungan :
9. Frekuensi Berkunjung :
10. No handphone :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan seksama
2. Bapak/Ibu tinggal beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban
4. Jika ada kesalahandalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (x) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (✓) pada kolom sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

C. Keterangan Jawaban

Isilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

Alternatif Pilihan Jawaban	Skor
(SS)	5
(S)	4
(KS)	3
(TS)	2
(STS)	1

Pernyataan:

A.	<i>Experiential Marketing</i>	Alternatif Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1. Sense						
1.	Saya Merasa tertarik akan nuansa Glasshouse 55 Pontianak.					
2.	<i>Live Music</i> yang diberikan Glasshouse nyaman dan sesuai.					
3.	Aroma Ruangan di Restaurant Sangat khas.					
4.	Cita rasa makanan dan minuman di Glasshouse 55 sesuai dengan selera.					
5.	Nuansa budaya luar yang diberikan terasa nyata.					
2. Feel						
6.	Saya merasakan suasana yang bernuansa kebaratan di Glashouse 55 Pontianak.					
7.	Saya merasa senang jika berada di Glasshouse 55.					

8.	Saya merasa nyaman dan bahagia jika berada di Glasshouse 55.					
9.	Glasshouse 55 Pontianak memberikan nuansa dan budaya yang berbeda untuk restaurant nya.					
10.	Glasshouse 55 Pontianak memberikan efek nyata seperti sedang berkunjung ke eropa.					
3. Think						
11.	Saya berfikir bahwa Glasshouse 55 Pontianak merupakan Restaurant yang bernuansa Eropa dan Budaya barat pertama di Kota Pontianak.					
12.	Saya berfikir bahwa Glasshouse mempunyai menu yang lengkap sesuai minat orang Pontianak.					
13.	Saya tertarik untuk mencicipi semua jenis makanan dari Asia hingga Eropa.					
14.	Promosi yang dilakukan Glasshouse 55 membuat saya ingin tahu produk apa saja yang ditawarkan.					
4. Act						
15.	Ornamen, Hiasan, Music, Model Bangunan di Glasshouse 55 Pontianak memiliki fungsi dan makna yang dapat dirasakan pengunjung.					
16.	Glasshouse 55 Pontianak mengajarkan tentang indah nya budaya barat.					
17.	Glasshouse 55 Pontianak cocok untuk tempat berkumpul dengan keluarga dan kerabat.					
18.	Glasshouse 55 menyediakan paket menu makanan sesuai waktu pengunjung.					
5. Relate						
19.	Karyawan Glasshouse 55 Pontianak menyapa pengunjung yang datang.					
20.	Karyawan Glaashouse 55 Pontianak mngucapkan terima kasih jika pengnujung hendak pulang.					

21.	Karyawan Glasshouse 55 Pontianak Ramah dan Sopan saat berbicara dengan pelanggan.					
22.	Bila ada masalah dalam pemesanan karyawan sigap dan tanggap.					
B.	Minat Ulang Beli	SS	S	KS	TS	STS
1. Minat Transaksional						
23.	Saya berminat untuk membeli kembali ke restaurant Glasshouse 55 Pontianak di masa yang akan datang.					
24.	Saya selalu memesan menu yang berbeda ketika berkunjung ke Restaurant Glasshouse 55 Pontianak.					
2. Minat Referensial						
25.	Saya mencari tahu informasi produk-produk yang ada pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak					
26.	Saya mampu meyakinkan teman-teman saya untuk berkunjung ke Glasshouse 55 karena merasa kalau produk yang ditawarkan memang berkualitas.					
3. Minat Preferensial						
27.	Saya akan menjadikan produk Glasshouse 55 Pontianak sebagai prioritas pilihan pertama dalam daftar pembelian dibandingkan dengan produk dari restoran lainnya					
28.	Jika kembali ke Restoran Glasshouse 55 ini lagi di lain waktu, saya akan mencoba memesan menu yang lain.					
4. Minat Eksploratif						
29.	Saya mencari tahu informasi produk-produk yang ada pada Restoran Glasshouse 55 Pontianak.					
30.	Saya Senang membicarakan produk yang ada pada Glasshouse 55 Pontianak.					

Lampiran 2

DATA RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin (L/P)	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan (Rp)	Status Perkawinan	Jumlah Tanggangan	Frekuensi Berkunjung	No. Handphone
1	Abdullah Anwar	Laki-laki	22	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	3	-
2	Diki Sulisty	Laki-laki	24	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	0	4	089516744530
3	Suryanto	Laki-laki	23	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	6	-
4	Wardatul Asiqah	Perempuan	21	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	2	-
5	Siti Nur Faini	Perempuan	21	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	0	5	-
6	Ria Rifna Sukma	Perempuan	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	-
7	Surya Franjaka	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	-
8	Ocisi	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	8	-
9	Hadianto	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	-
10	Febri Habibi	Laki-laki	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
11	Nanda	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	1	4	089616808000
12	Endah Septia Astalfa N	Perempuan	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	-
13	Oktari	Perempuan	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
14	Kenny Claudio	Laki-laki	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	089693888556
15	Syhahrini Wulandari	Perempuan	18	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
16	Fransisca Lika	Perempuan	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
17	Filliana Hirna Onaliras	Perempuan	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
18	Fernanda Winda	Perempuan	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	-
19	Valentina Dewinta Bintang	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
20	Maria Oilivia Gundi	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	-
21	Janesa Yola Elvara	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	0895701297302
22	Desty Amalia	Perempuan	20	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	0895332200017
23	Radila	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	085849213938
24	Dedy Mulyana	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	0811572895
25	Yadi Pramudha	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	085753582995
26	Oscar Larici	Laki-laki	27	S1	Honor	Rp. 2.000.000	Menikah	1	4	089526242780
27	Nur Indah Sari	Perempuan	26	S1	Honor	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	081522967057
28	Ayu C Lintang Finilih	Perempuan	30	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	3	7	085750380362
29	Lia Apriani	Perempuan	31	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	1	2	082350922418
30	Taufik Qurohman	Laki-laki	26	D3	PNS	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	08158930747
31	Bastian Alhamdani	Laki-laki	18	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	0895387522385
32	Livia Zaina Safiti	Perempuan	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	081253555016
33	Amira Midanti Mahita	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	085347746404
34	Maya Rofiqoh	Perempuan	35	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	6	-
35	Roma	Perempuan	37	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	9	-
36	Tari Apriyanti	Perempuan	31	S1	Honor	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	085822200034
37	Saipul Akbar	Laki-laki	21	SMA	Honor	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	089689588141
38	Ersa Saputra	Laki-laki	20	SMA	Honor	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	8	085772255952
39	Romi Novisa	Laki-laki	35	SMA	Honor	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	081251664016

40	Fitra Wahyu Ramadhan	Laki-laki	32	S1	PNS	Rp. 2.000.000	Menikah	1	2	085386239080
41	Muhammad Nurali	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	085754424042
42	Ervina Saputri	Perempuan	18	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	085718663221
43	Atika Alfadhila	Perempuan	23	D3	Honor	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	089647282953
44	Media Salsa	Perempuan	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	087885561196
45	Luthfi Pratama Putra	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	3	081322271165
46	Harry	Laki-laki	22	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	085752005041
47	Deny Slamet	Laki-laki	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	087810661239
48	Rendra Pendrata	Laki-laki	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	
49	Vyra Aulia	Perempuan	21	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	
50	Aulia Darmawan	Laki-laki	21	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	089644070035
51	Argian Saputra	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	
52	Ayu Lestari	Perempuan	23	D3	Honor	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	0859196444700
53	Salwa Nadhifa	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	081253587183
54	Farhan Algi Pratama	Laki-laki	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.100.000	Belum Menikah	0	3	
55	Agil	Laki-laki	19	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	1	5	081226436383
56	Fahan Dhika P	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	1	4	089620176374
57	Habibie Syahputra	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Menikah	1	2	
58	Titin Sumarni	Perempuan	42	S1	PNS	Rp. 4.500.000	Menikah	2	4	
59	Arum Maula	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	082252343690
60	Thierry Maulana	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.200.000	Belum Menikah	0	4	085246368634
61	Alvin Wardhana	Laki-laki	23	D3	Honor	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	082199244612
62	Daeng Arifin	Laki-laki	27	D3	PNS	Rp. 2.000.000	Menikah	1	6	081311927515
63	Aina Amaliana	Perempuan	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	8	
64	Bayu Mandala Putra	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000	Menikah	2	2	
65	Diki Apriliansyah	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	
66	Aulia Oktaviani	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Menikah	2	2	081348927018
67	Indah Anggresti	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	
68	Cintya Asti Pratiwi	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	
69	Alfin J.	Laki-laki	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	088215779971
70	Novarila Sukma Sati	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	
71	Tatik Arisniani	Perempuan	28	D3	Karyawan Swasta	Rp. 3.400.000	Menikah	2	3	089510557363
72	Akbar Nur Sapendy	Laki-laki	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	0895630099648
73	Arief Paturahman	Laki-laki	24	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
74	Deanty Audriani	Perempuan	24	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
75	Ayat Hidayat	Laki-laki	23	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	3	-
76	Megarani Dwi Tiara	Perempuan	24	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.300.000	Belum Menikah	0	3	-
77	Reyhan Mendoza	Laki-laki	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.400.000	Belum Menikah	0	3	-
78	Siska Putri Damayanti	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
79	Maryati	Perempuan	33	D3	PNS	Rp. 3.200.000	Belum Menikah	0	3	-
80	Zilka Ananda Kusuma	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
81	Bayu Almutahar	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
82	Hesty Rahayu	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	2	6	-
83	Sella Eka Ningrum	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
84	Afif Thufail	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
85	Nanda Suregar	Perempuan	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	2	-

86	Naufalsyah	Laki-laki	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	2	-
87	Bragas Febrian Giandra	Laki-laki	23	D3	PNS	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
88	Suryo Aditya Ramadhan	Laki-laki	23	SMA	PNS	Rp. 2.000.000	Menikah	2	3	08981189554
89	Salsabila Ismani	Perempuan	23	D3	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	3	-
90	Syifa Qurattal	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	-
91	Feroz Muhammad	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
92	Ikhsan Febrian	Laki-laki	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	6	-
93	Meldi Chikita Rio	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
94	Muhammad Latief	Laki-laki	22	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.100.000	Belum Menikah	0	3	-
95	Denny Maiyosta	Laki-laki	29	D3	PNS	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	4	082284576942
96	Anggita Wahyuningrum	Perempuan	21	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	5	-
97	Panji Ketawang	Laki-laki	21	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0	5	-
98	Eisya Iskandar	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	2	-
99	Gisna Niswatana	Perempuan	23	S1	PNS	Rp. 2.800.000	Belum Menikah	0	3	089693958485
100	Doddy Bagus D	Laki-laki	23	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	0	7	-

Lampiran 3

Tabulasi Hasil Jawaban Responden Experiential Marketing (X)

No.	NAMA	EXPERIENTIAL MARKETING (X)																				SKOR TOTAL		
		SENSE					FEEL					THINK				ACT				RELATE				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22
1	Abdullah Anwar	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	105
2	Diki Sulistyio	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	90
3	Suryanto	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	93
4	Wardatul Asiqah	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	89
5	Siti Nur Faini	4	5	3	4	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
6	Ria Rifna Sukma	4	4	2	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	80
7	Surya Franjaka	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	94
8	Ocisi	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	80
9	Hadianto	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	86
10	Febri Habibi	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	2	4	4	5	3	4	4	87
11	Nanda	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	96
12	Endah Septia Astalfa N	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	2	5	2	1	4	4	5	5	4	4	87
13	Oktari	4	4	5	4	5	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
14	Kenny Claudio	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	99
15	Syhahrini Wulandari	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	1	5	4	4	3	3	3	5	4	3	3	72
16	Fransisca Lika	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	84
17	Filliana Hirma Onaliras	4	4	4	4	3	3	5	2	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	90
18	Fernanda Winda	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	77
19	Valentina Dewinta Bintang	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	83
20	Maria Oilivia Gundi	3	5	3	2	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	90
21	Janesa Yola Elvara	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	84

22	Desty Amalia	2	4	4	5	3	5	2	3	2	3	4	4	4	4	5	1	2	4	5	4	2	2	74
23	Radila	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	96
24	Dedy Mulyana	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	3	3	4	4	5	2	4	4	82
25	Yadi Pramudha	4	4	5	4	3	2	4	3	4	3	3	5	4	4	2	1	4	3	4	2	4	4	76
26	Oscar Larici	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	5	4	3	3	81
27	Nur Indah Sari	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
28	Ayu C Lintang Finilih	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	90
29	Lia Apriani	5	4	3	2	3	5	5	5	5	3	3	1	2	4	4	4	5	3	4	4	5	5	84
30	Taufik Qurohman	5	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	1	5	4	3	2	5	5	89
31	Bastian Alhamdani	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	85
32	Livia Zaina Safiti	4	4	4	2	3	5	4	2	4	4	3	5	5	5	2	3	4	4	2	3	4	4	80
33	Amira Midanti Mahita	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	91
34	Maya Rofiqoh	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	98
35	Roma	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	4	81
36	Tari Apriyanti	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	2	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	93
37	Saipul Akbar	5	5	5	4	4	4	4	3	4	2	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	92
38	Ersza Saputra	3	4	4	5	3	5	3	3	3	4	4	5	2	3	5	4	3	4	5	5	3	3	83
39	Romi Novisa	5	2	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	90
40	Fitra Wahyu Ramadhan	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	3	4	1	4	2	4	2	4	4	76
41	Muhammad Nurali	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	5	5	96
42	Ervina Saputri	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
43	Atika Alfadhila	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	89
44	Media Salsa	3	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	2	3	5	3	5	5	4	3	3	79
45	Luthfi Pratama Putra	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	92
46	Harry	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	86
47	Deny Slamet	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	1	4	4	4	2	4	4	85
48	Rendra Pendrata	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	87
49	Vyra Aulia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	105

50	Aulia Darmawan	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	103
51	Argian Saputra	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	85
52	Ayu Lestari	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	2	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	97
53	Salwa Nadhifa	4	5	5	3	5	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	1	4	5	4	2	4	4	86
54	Farhan Algi Pratama	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	4	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	79
55	Agil	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	87
56	Fahan Dhika P	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	103
57	Habibie Syahputra	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	95
58	Titin Sumarni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	102
59	Arum Maula	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	82
60	Thierry Maulana	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	3	5	80
61	Alvin Wardhana	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	99
62	Daeng Arifin	5	5	5	3	5	3	5	5	5	2	5	5	5	5	4	2	5	5	5	3	5	5	97
63	Aina Amaliana	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	86
64	Bayu Mandala Putra	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	104
65	Diki Apriliansyah	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	2	3	3	4	4	3	3	78
66	Aulia Oktaviani	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	5	86
67	Indah Anggresti	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	100
68	Cintya Asti Pratiwi	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	95
69	Alfin J.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	103
70	Novarila Sukma Sati	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	1	4	4	4	4	4	4	85
71	Tatik Arisniani	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	107
72	Akbar Nur Sapendy	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	86
73	Arief Paturahman	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	95
74	Deanty Audriani	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	103
75	Ayat Hidayat	5	3	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	2	5	5	95
76	Megarani Dwi Tiara	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	93
77	Reyhan Mendoza	3	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	1	4	4	4	3	3	5	5	3	3	4	86

78	Siska Putri Damayanti	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	104
79	Cika Indriyani	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
80	Zilka Ananda Kusuma	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	96
81	Bayu Almutahar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	90
82	Hesty Rahayu	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	99
83	Sella Eka Ningrum	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	99
84	Afif Thufail	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	89
85	Nanda Suregar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	92
86	Naufalsyah	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	2	4	5	3	4	3	5	4	4	4	89
87	Bragas Febrian Giandra	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	4	3	4	5	4	4	90
88]Suryo Aditya Ramadhan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	89
89	Salsabila Ismani	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	96
90	Syifa Qurattal	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	88
91	Feroz Muhammad	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	1	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	87
92	Ikhsan Febrian	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	5	5	97
93	Meldi Chikita Rio	5	3	2	3	3	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	80
94	Muhammad Latief	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4		99
95	Denny Maiyosta	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4		92
96	Anggita Wahyuningrum	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	87
97	Panji Ketawang	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	1	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	85
98	Eisya Iskandar	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	95
99	Gisna Niswatana	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	80
100	Doddy Bagus D	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	87

Lampiran 4

Tabulasi Hasil Jawaban Responden Minat Beli Ulang (Y)

No.	NAMA	MINAT BELI ULANG (Y)								SKOR TOTAL
		MINAT TRANSAKSIONAL		MINAT REFERENSIAL		MINAT PREFERENSIAL		MINAT EKSPLOARATIF		
		23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Abdullah Anwar	4	5	4	4	4	4	4	4	33
2	Diki Sulistyoy	5	4	3	4	3	4	5	5	33
3	Suryanto	4	4	2	4	4	1	4	4	27
4	Wardatul Asiqah	4	3	4	3	1	3	4	4	26
5	Siti Nur Faini	3	4	2	4	3	1	5	4	26
6	Ria Rifna Sukma	4	3	3	4	4	3	4	4	29
7	Surya Franjaka	4	3	4	4	3	4	1	5	28
8	Ocisi	4	3	4	4	4	3	3	3	28
9	Hadianto	4	4	2	4	3	4	1	4	26
10	Febri Habibi	4	3	1	4	4	4	4	3	27
11	Nanda	3	4	3	4	5	3	4	5	31
12	Endah Septia Astalfa N	4	3	2	3	1	2	3	4	22
13	Oktari	4	3	3	3	3	4	4	3	27
14	Kenny Claudio	3	4	3	4	4	4	3	4	29
15	Syhahrini Wulandari	4	3	3	3	3	3	3	3	25
16	Fransisca Lika	3	3	3	3	2	3	4	3	24
17	Filliana Hirma Onaliras	4	3	3	3	3	4	4	4	28
18	Fernanda Winda	4	4	2	4	1	1	3	3	22
19	Valentina Dewinta Bintang	1	3	2	4	4	4	3	3	24
20	Maria Oilivia Gundi	4	3	4	3	3	4	4	4	29
21	Janesa Yola Elvara	3	3	3	3	2	3	1	1	19
22	Desty Amalia	4	3	3	3	3	2	2	3	21

23	Radila	4	1	2	4	4	3	4	4	26
24	Dedy Mulyana	4	4	1	4	2	2	2	4	23
25	Yadi Pramudha	4	3	2	1	1	2	2	2	17
26	Oscar Larici	3	5	4	4	3	3	4	1	27
27	Nur Indah Sari	3	4	3	4	4	1	5	5	29
28	Ayu C Lintang Finilih	4	5	3	2	4	4	3	4	29
29	Lia Apriani	3	3	3	4	3	1	4	3	24
30	Taufik Qurohman	4	4	4	2	4	3	3	4	28
31	Bastian Alhamdani	4	4	2	3	1	4	3	3	24
32	Livia Zaina Safiti	4	2	3	3	3	4	3	4	26
33	Amira Midanti Mahita	3	1	3	3	3	1	4	3	21
34	Maya Rofiqoh	1	3	3	3	2	4	5	3	24
35	Roma	4	3	1	3	1	1	3	3	19
36	Tari Apriyanti	4	5	3	3	3	4	1	5	28
37	Saipul Akbar	3	4	4	4	4	4	3	4	30
38	Ersa Saputra	4	2	4	3	1	5	3	3	25
39	Romi Novisa	4	4	3	4	4	3	2	4	28
40	Fitra Wahyu Ramadhan	3	2	2	3	3	4	2	4	23
41	Muhammad Nurali	4	3	3	4	3	2	4	5	28
42	Ervina Saputri	4	5	4	2	4	5	1	1	26
43	Atika Alfadhila	3	3	4	4	3	3	3	4	27
44	Media Salsa	4	3	3	4	4	4	3	4	29
45	Luthfi Pratama Putra	3	4	2	4	5	4	1	4	27
46	Harry	4	4	2	3	2	2	3	2	22
47	Deny Slamet	3	5	4	4	5	1	4	4	30
48	Rendra Pendrata	4	4	3	4	3	3	3	4	28
49	Vyra Aulia	5	5	4	4	3	4	4	4	33
50	Aulia Darmawan	5	4	3	4	4	2	5	5	32
51	Argian Saputra	4	4	3	5	4	3	2	4	29
52	Ayu Lestari	4	5	4	4	3	4	4	4	32

53	Salwa Nadhifa	4	3	3	4	2	4	4	3	27
54	Farhan Algi Pratama	4	1	2	3	3	3	3	4	23
55	Agil	5	5	4	3	5	4	3	4	33
56	Fahan Dhika P	4	4	4	5	4	3	4	4	32
57	Habibie Syahputra	4	4	3	3	3	4	4	5	30
58	Titin Sumarni	4	4	2	3	5	5	3	5	31
59	Arum Maula	5	5	4	4	5	4	4	1	32
60	Thierry Maulana	4	2	4	4	4	2	4	5	29
61	Alvin Wardhana	4	4	5	4	5	2	3	4	31
62	Daeng Arifin	3	3	5	5	4	2	1	1	24
63	Aina Amaliana	3	1	4	4	4	3	1	3	23
64	Bayu Mandala Putra	4	5	4	5	3	5	4	4	34
65	Diki Apriliansyah	3	4	3	4	1	2	3	3	23
66	Aulia Oktaviani	4	5	4	3	4	1	4	4	29
67	Indah Anggresti	4	4	3	4	4	4	3	4	30
68	Cintya Asti Pratiwi	3	5	3	5	1	5	4	4	30
69	Alfin J.	4	5	5	3	5	2	4	3	31
70	Novarila Sukma Sati	3	4	3	2	3	4	5	3	27
71	Tatik Arisniani	4	2	4	4	4	4	4	5	31
72	Akbar Nur Sapendy	4	4	3	4	2	4	4	4	29
73	Arief Paturahman	4	4	5	2	4	4	3	3	29
74	Deanty Audriani	4	5	2	5	4	4	4	5	33
75	Ayat Hidayat	3	3	5	4	4	5	3	4	31
76	Megarani Dwi Tiara	3	4	4	4	3	4	4	3	29
77	Reyhan Mendoza	3	4	4	4	2	5	3	3	28
78	Siska Putri Damayanti	4	4	4	5	4	4	4	4	33
79	Cika Indriyani	3	2	2	4	4	2	2	5	24
80	Zilka Ananda Kusuma	4	3	3	5	4	1	5	4	29
81	Bayu Almutahar	3	5	3	2	3	4	4	2	26
82	Hesty Rahayu	3	4	2	4	3	3	3	3	25

83	Sella Eka Ningrum	3	4	2	4	3	4	4	5	29
84	Afif Thufail	4	3	4	3	3	3	4	3	27
85	Nanda Suregar	3	2	3	3	4	2	3	5	25
86	Naufalsyah	4	3	3	4	3	4	4	3	28
87	Bragas Febrian Giandra	4	3	3	3	4	3	3	3	26
88]Suryo Aditya Ramadhan	4	3	3	4	4	3	3	4	28
89	Salsabila Ismani	3	2	3	3	2	4	2	3	22
90	Syifa Qurattal	4	4	3	3	4	4	3	4	29
91	Feroz Muhammad	4	3	3	4	3	4	3	4	28
92	Ikhsan Febrian	4	4	2	4	4	3	4	3	28
93	Meldi Chikita Rio	4	3	3	2	4	4	3	2	25
94	Muhammad Latief	4	4	4	3	3	3	4	4	29
95	Denny Maiyosta	4	3	3	3	2	4	3	4	26
96	Anggita Wahyuningrum	3	4	3	4	3	2	2	4	25
97	Panji Ketawang	3	3	2	3	3	3	4	3	24
98	Eisya Iskandar	3	3	3	4	3	3	4	3	26
99	Gisna Niswatana	4	4	3	3	2	2	4	3	25
100	Doddy Bagus D	3	3	3	3	3	2	3	3	23

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Experiential Marketing (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	23

Lampiran 8**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	9

Lampiran 9

Hasil Uji Normalitas antara Variabel Experiential Marketing dan Variabel Minat Beli Ulang

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96999039
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.036
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 10

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.488	3.201		2.964	.004
	Experiential Marketing	.195	.0325	.490	5.5564	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber : Data Olahan, 2020

Lampiran 11

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490 ^a	.240	.232	2.98510

a. Predictors: (Constant), Experiential Marketing

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber : Data Olah, 2020

Lampiran 12

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	275.897	1	275.897	30.962	.000 ^b
Residual	873.263	98	8.911		
Total	1149.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Experiential Marketing

Sumber: Data Olahan, 2020

