



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

KATA PENGANTAR

Atas Nama Keagungan Dzat Yang Maha Memiliki Ilmu, *al-Hamdulillah* skripsi

ini telah terselesaikan atas limpahan rahmat-Nya, meskipun masih jauh dari nilai-nilai kesempurnaan. Sekiranya patutlah penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sekaligus Sekretaris Penguji.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus Ketua Penguji.
4. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Penguji Ahli.
5. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I sekaligus sebagai Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Usep Suhud, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing II atas kesediaan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu dan membimbing penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen beserta staf-staf Program Studi S1 Manajemen di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
8. Kedua orangtua penulis atas doa, jerih payah serta motivasi lahir dan batin hingga telah terselesaikan skripsi ini. Kepadanya, penulis berusaha penuh bakti.
9. Rekan-rekan seperjuangan di S1 Manajemen Kelas Alih Program angkatan 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya.



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

11. Semua pihak yang penulis tuak bisa sebukai satu persatu, yang telar ikut membaik atas penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah limpahkan anugerah-Nya kepada kita semua dan menjadi catatan amal baik untuk di hari kelak. Akhir tulis, penulis mengharap atas saran dan kritik membangun dari para pembaca atas segala kekurang sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga bermanfaat.

Jakarta, 25 Januari 2016

Abdul Aziz



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

JUDUL i

ABSTRAK ii

LEMBAR PENGESAHAN iv

PERNYATAAN ORISINALITAS v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xix

BAB I . PENDAHULUAN

A.. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	17
C. Pembatasan Masalah	18
D. Perumusan Masalah.....	19
E. Kegunaan Penelitian.....	20
1. Manfaat Teoritis	20
2. Manfaat Praktis.....	22

BAB II. KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual	23
1. <i>Repurchase Intention (Y)</i>	23
2. <i>Experiential Marketing (X₁)</i>	27



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

4. <i>Customer Satisfaction</i> (X_5).....	40
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	45
C. Kerangka Teoretik.....	61
1. Hubungan <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	62
2. Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	63
3. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	63
D. Perumusan Hipotesis Penelitian	65

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	67
B. Tempat dan Waktu Penelitian	67
1. Tempat Penelitian	67
2. Waktu Penelitian	68
C. Metode Penelitian.....	69
1. Pendekatan Penelitian.....	69
2. Variabel Penelitian	70
D. Populasi dan Sampling	76
1. Populasi	76
2. Sampel	77
3. Teknik Pengambilan Sampel	77
E. Teknik Pengumpulan Data	78
F. Teknik Analisis Data.....	79
1. Uji Instrumen	79



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

b. Uji Reliabilitas	81
2. Uji Asumsi Dasar	82
a. Uji Normalitas.....	82
b. Uji Linearitas.....	82
3. Uji Asumsi Klasik	83
a. Uji Heteroskedastisitas.....	83
b. Uji Multikolinearitas	84
4. Uji Hipotesis	85
a. Analisis Regresi Berganda.....	85
b. Uji t	86
c. Kofisien Determinasi	86
G. Pilot Study	87
1. Identitas Responden	88
2. Perilaku Pembelian	91
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	93

BAB IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	107
1.. Identitas Responden	108
2. Variabel Penelitian	114
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	139
1. Repurchase Intention (Y)	140
2. Experiential Marketing (X ₁)	142



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

4. Customer Satisfaction (X_3)	149
C. Uji Asumsi Dasar	153
1.. Uji Normalitas	153
2.. Uji Linearitas	156
D. Uji Asumsi Klasik	158
1.. Uji Heteroskedastisitas	158
2.. Uji Multikolinearitas	159
E. Pengujian Hipotesis	175
1. Analisis Regresi Berganda dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	162
2. Analisis Regresi Berganda dengan Uji Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	166
F. Koefisien Determinasi	168
1. Koefisien Determinasi dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	169
2. Koefisien Determinasi dengan Uji Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	170
G. Pembahasan	171
1. Hasil Uji Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	172
2. Hasil Uji Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	175

BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan	178
1. Kesimpulan Uji Hasil Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	178



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7

Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

2. Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis dengan OJI Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel 179

1. Implikasi	180
2. Saran	181
1. Saran Teoretis	182
2. Saran Praktis	183

DAFTAR PUSTAKA	xxi
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

Lampiran	Judul
1.	Kuesioner
2.	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Experiential Marketing</i>
3	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Service Quality</i>
4	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i>
5	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Repurchase Intention</i>
6	Tabulasi Data Outlier
7	Tabulasi Data Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

Tabel	Judul	Halaman
I. 1	Perkembangan Jumlah Restoran Berskala Besar dan Menengah di Indonesia Menurut Provinsi pada Tahun 2007-2011	2
I. 2	Persentase Jumlah Restoran Menurut Jenis Masakan Utama pada Tahun 2012	4
I. 3	Jumlah Restoran Khas Timur Tengah di Jakarta pada Tahun 2015	5
I. 4	Varibel-variabel Penelitian Sebelumnya	21
II. 1	Hasil Penelitian Kusumawati dan Sutopo (2013).....	46
II. 2	Hasil Penelitian Thejasukmana dan Sugiharto (2014)	48
II. 3	Hasil Penelitian Hendarsono dan Sugiharto (2013)	49
II. 4	Hasil Penelitian Farisyah (2012)	51
II. 5	Hasil Penelitian Tetanoe dan Dharmayanti (2014)	53
II. 6	Hasil Penelitian Wijaya dan Subagio (2014).....	54
II. 7	Hasil Penelitian Adixio dan Saleh (2013)	56
II. 8	Hasil Penelitian Samad (2014)	58
II. 9	Hasil Penelitian Faradiba dan Astuti (2013)	59
II. 10	Hasil Penelitian Triastuti dan Ferdinand (2012)	61
II. 11	Variabel dan Hasil Penelitian Sebelumnya	61
III. 1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	69
III. 2	Indikator Variabel <i>Experiential Marketing</i>	71
III. 3	Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	73
III. 4	Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	75
III. 5	Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	75



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7

Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

III. 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	95
III. 7	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy Variabel <i>Repurchase Intention</i>	94
III. 8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	95
III. 9	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy Variabel <i>Experiential Marketing</i>	97
III. 10	Revisi Item Variabel <i>Experiential Marketing</i>	98
III. 11	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	99
III. 12	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy Variabel <i>Service Quality</i>	103
III. 13	Revisi Item Variabel <i>Service Quality</i>	104
III. 14	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	104
III. 15	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	106
IV. 1	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Variabel <i>Repurchase Intention</i>	114
IV. 2	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Variabel <i>Repurchase Intention</i>	116
IV. 3	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Sense</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	116
IV. 4	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Sense</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	118
IV. 5	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Feel</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	118
IV. 6	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Feel</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	120
IV. 7	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Think</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	120

IV. 9	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Act</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	122
IV. 10	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Act</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	124
IV. 11	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Relate</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	125
IV. 12	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Relate</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	126
IV. 13	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Tangible</i> Variabel <i>Service Quality</i>	127
IV. 14	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Tangible</i> Variabel <i>Service Quality</i>	128
IV. 15	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	129
IV. 16	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	130
IV. 17	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Responsiveness</i> Variabel <i>Service Quality</i>	131
IV. 18	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Responsiveness</i> Variabel <i>Service Quality</i>	132
IV. 19	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Assurance</i> Variabel <i>Service Quality</i>	133
IV. 20	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Assurance</i> Variabel <i>Service Quality</i>	134
IV. 21	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Emphaty</i> Variabel <i>Service Quality</i>	135
IV. 22	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Emphaty</i> Variabel <i>Service Quality</i>	136
IV. 23	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Variabel	



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

IV. 24	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	138
IV. 25	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	140
IV. 26	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	142
IV. 27	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	143
IV. 28	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	144
IV. 29	Item Variabel <i>Experiential Marketing</i> yang Tereliminasi.....	145
IV. 30	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	146
IV. 31	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> KMO Variabel <i>Service Quality</i>	148
IV. 32	Item Variabel <i>Service Quality</i> yang Tereliminasi	149
IV. 33	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	150
IV. 34	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	151
IV. 35	Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel.....	152
IV. 36	Nilai Signifikansi <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	154
IV. 37	Nilai Signifikansi <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Data <i>Outlier</i>	155
IV. 38	Uji Linearitas pada <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	156
IV. 39	Uji Linearitas pada <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	157
IV. 40	Uji Linearitas pada <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	158
IV. 41	Nilai <i>Variance-Inflating Factor</i> (VIF)	160



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

IV. 43	Nilai koefisien Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	163
IV. 44	Uji F (Simultan) Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	166
IV. 45	Nilai koefisien Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	166
IV. 46	Uji F (Simultan) Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	168
IV. 47	Nilai Koefisien Determinasi Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	169
IV. 48	Nilai Koefisien Determinasi Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	170



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II. 1	Kerangka Konsep Penelitian Kusumawati dan Sutopo (2013)	46
II. 2	Kerangka Konsep Penelitian Thejasukmana dan Sugiharto (2014)	47
II. 3	Kerangka Konsep Penelitian Hendarsono dan Sugiharto (2013)	49
II. 4	Kerangka Konsep Penelitian Farisyah (2012).....	51
II. 5	Kerangka Konsep Penelitian Tetanoe dan Dharmayanti (2014)	52
II. 6	Kerangka Konsep Penelitian Wijaya dan Subagio (2014)	54
II. 7	Kerangka Konsep Penelitian Adixio dan Saleh (2013).....	56
II. 8	Kerangka Konsep Penelitian Samad (2014).....	57
II. 9	Kerangka Konsep Penelitian Faradiba dan Astuti (2013)	59
II. 10	Kerangka Konsep Penelitian Triastuti dan Ferdinand (2012)	60
II. 11	Kerangka Teoretik	65
III. 1	Jenis Kelamin Responden.....	88
III. 2	Pendidikan Terakhir Responden.....	88
III. 3	Profesi Responden	89
III. 4	Pengeluaran Perbulan	90
III. 5	Frekuensi Pembelian	91
III. 6	Alasan Responden	92
IV. 1	Jenis Kelamin Responden.....	108
IV. 2	Pendidikan Terakhir Responden.....	109
IV. 3	Profesi Responden	110



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

IV. 5	Frekuensi Pembelian	112
IV. 6	Alasan Responden	113
IV. 7	Grafik <i>Scatterplot</i>	159