

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP  
CUSTOMER LOYALTY RICHEESE FACTORY KOJA  
TRADE MALL (SURVEI PADA PELANGGAN RICHEESE  
FACTORY KOJA TRADE MALL)**

**HANIFAH**

**1702517030**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON  
RICHEESE FACTORY KOJA TRADE MALL CUSTOMER  
LOYALTY (SURVEY ON RICHEESE FACTORY KOJA  
TRADE MALL CUSTOMERS)**

**HANIFAH**

**1702517030**



**Research paper was written to fulfill one the requirements to get the title of  
Ahli Madya at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII**

**FACULTY ECONOMY**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

## ABSTRAK

**Hanifah, 2022; Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Richeese Factory Koja Trade Mall. Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) deskripsi dari *experiential marketing* dan *customer loyalty* pada Richeese Factory 2) pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* pada Richeese Factory. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner secara *online*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan pembeli produk Richeese Factory yang sudah datang dan membeli kembali sebanyak 5 kali . Sampel yang diambil sejumlah 120 responden. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskripsi dan analisis linier sederhana. serta menggunakan SPSS Versi 22 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*. *Customer Loyalty*. Richeese Factory.

## ABSTRACT

**Hanifah, 2022; The Influence Of Experiential Marketing On Richeese Factory Koja Trade Mall Customer Loyalty (Survey On Richeese Factory Koja Trade Mall Customers). Jakarta: Marketing Management Diploma Study Program. Faculty of Economics. Jakarta State University**

The purpose of this research is to determine: 1) the description of experiential marketing and customer loyalty on Richeese Factory, 2) the influence of experiential marketing on customer loyalty on Richeese Factory. In the present study, online questionnaire was used as a research method. The sample of this study are the customer of Richeese Factory who had come and repurchased Richeese Factory products at the minimum of 5 times. The sample of this study consisted of 120 respondents. Data analysis method of this research uses descriptive statistical analysis and simple linear analysis, along with SPSS Version 22 to process the result of the research data. The result of this study explains that experiential marketing has an effect on customer loyalty.

**Keywords:** *Experiential Marketing. Customer Loyalty. Richeese Factory.*







**LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH**

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Prof. Dr. Ari Saptano, S.E, M.Pd  
NIP 197207152001121001**



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001	 	Selasa, 23 Agustus 2022
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M NIP 8854660018	 	Selasa, 23 Agustus 2022
3	Dra. Sholikhah, M.M NIP 196206231990032001	 	Selasa, 23 Agustus 2022

Nama : Hanifah  
No. Registrasi : 1702517030  
Program Studi : D3 Manajemen  
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan pengarang dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Agustus 2022



Hanifah

1702517030



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [ib.unj.ac.id](http://ib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hanifah  
NIM : 1702517030  
Fakultas/Prodi : D3 Manajemen Pemasaran  
Alamat email : hanshi99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (Karya Ilmiah)

yang berjudul :

"Pengaruh Experiential Terhadap Customer Loyalty Richeese Factory Kuja Trade Mall (Survei Pada Pelanggan Richeese Factory Kuja Trade Mall)"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2022

Penulis

Hanifah

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul: Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* Richeese Factory Koja Trade Mall (Survei pada pelanggan Richeese Factory Koja Trade Mall). Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Berbagai motivasi, bimbingan, koreksi dan bantuan diterima penulis selama penelitian ini berlangsung. Tanpa adanya bantuan dan masukan dari banyak pihak, mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini khususnya kepada:

1. Dra. Solikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran dan dosen pembimbing.
2. Dr. Ari Saptono, S.E. M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Kedua orang tua saya serta keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada Penulis.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas seluruh



ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan.

5. Teman-teman DIII Manajemen Pemasaran A 2017 dan teman-teman Manajemen 2017.
6. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulis menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis tentu menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 10 Juni 2022

Hanifah

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	9
BAB 2 KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	10
<b>2.1. Kajian Teoritis</b> .....	10
<b>2.1.1. Customer Loyalty</b> .....	10
<b>2.1.2. Experiential Marketing</b> .....	13
<b>2.1.3. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i></b> .....	16
<b>2.2. Kerangka Pemikiran</b> .....	18
<b>2.3. Metodologi Penelitian</b> .....	19
<b>2.4. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	20
<b>2.5. Populasi dan Sampel</b> .....	20
<b>2.5.1. Populasi</b> .....	20
<b>2.5.2. Sampel</b> .....	20
<b>2.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian</b> .....	21
<b>2.7. Skala Pengukuran Penelitian</b> .....	22
<b>2.8. Uji Instrumen</b> .....	23
<b>2.8.1. Uji Validitas</b> .....	23

2.8.2. Uji Reliabilitas .....	24
2.9. Uji Asumsi Klasik .....	24
2.9.1. Uji Normalitas .....	24
2.9.2. Uji Linearitas.....	25
2.10. Analisis Statistik Deskriptif.....	25
2.11. Metode Analisis Data.....	25
2.12. Uji Hipotesis .....	26
2.13. Uji Koefisien Determinasi .....	26
BAB 3 PEMBAHASAN.....	28
3.1. Karakteristik Responden .....	28
3.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
3.2.2. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Umur .....	29
3.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	29
3.2.4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	30
3.2. Uji Instrumen .....	31
3.2.1. Uji Validitas.....	31
3.2.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.3. Analisis Deskriptif.....	33
3.3.1. Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i> .....	34
3.3.2. Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	38
3.4. Uji Asumsi Klasik .....	41
3.4.1. Uji Normalitas .....	41
3.4.2. Uji Linearitas.....	42
3.5. Uji Hipotesis .....	43
3.5.1. Hasil Regresi Linier Sederhana .....	43
3.5.2. Uji t.....	44
3.5.3. Uji Koefisien Determinasi .....	45
3.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
BAB 4 KESIMPULAN.....	48
4.1. Kesimpulan.....	48
4.2. Saran .....	48

<b>4.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....</b>	<b>48</b>
<b>4.2.2 Saran Untuk Perusahaan .....</b>	<b>48</b>
<b>4.2.3. Saran Untuk Pelanggan.....</b>	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	<i>Best Brands</i> 2021 Indonesia: <i>Dining &amp; QSR</i> .....	3
1.2.	<i>Top Brand Index</i> 2021: Restoran <i>Fast Food</i> .....	3
1.3.	Pra-Riset Frekuensi Kunjungan ke Richeese Factory .....	4
2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
2.2.	Operasionalisasi Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	20
2.3.	Operasionalisasi Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.4.	Skala Pengukuran Penelitian .....	22
2.5.	Bobot Kriteria Interpretasi Skor .....	25
3.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
3.2.	Karakteristik Berdasarkan Umur.....	28
3.3.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	28
3.4.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	29
3.5.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	31
3.6.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	31
3.7.	Hasil Uji Reliabilitas .....	32
3.8.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i> .....	33
3.9.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	37
3.10.	Hasil Uji Normalitas .....	41
3.11.	Hasil Uji Linearitas.....	42
3.12.	Hasil Regresi Linier Sederhana .....	42
3.13.	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	18

