

**PENGARUH *EMOTIONAL EXPERIENCE* DAN *PLACE IMAGE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI *INTERVENING* PADA PENGUNJUNG DI
HARD ROCK CAFE BALI**

**GHAZI LAZUARDI FAHD RASYID
8215163389**



**Skripsi Ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

***THE EFFECT OF EMOTIONAL EXPERIENCE AND PLACE IMAGE ON
BEHAVIORAL INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING ON VISITORS AT HARD ROCK CAFÉ BALI***

**GAZI LAZUARDI FAHD RASYID
8215163389**



***This Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree
of Economics on Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM SI MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2023***

ABSTRAK

Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid, 2023; Pengaruh *emotional experience* dan *place image* terhadap *behavioral intention* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada Pengunjung di Hardrock Cafe Bali. Skripsi, Jakarta, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Shandy Aditya, BIB, MPBS & Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman emosional terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh citra tempat terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku, pengaruh pengalaman emosional terhadap niat perilaku, pengaruh citra tempat terhadap niat perilaku, pengaruh pengalaman emosional terhadap niat perilaku dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi, pengaruh citra tempat terhadap niat perilaku dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi, pada pengunjung Hardrock Cafe Bali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini sebanyak 231 orang responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berupa daftar pertanyaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan LISREL dan IBM SPSS 25. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) pengalaman emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) citra tempat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. 4) pengalaman emosional berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. 5) citra tempat berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. 6) pengalaman emosional berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku melalui kepuasan pelanggan. 7) citra tempat berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci : pengalaman emosional, citra tempat, kepuasan pelanggan, niat perilaku, Hardrock Cafe

ABSTRACT

Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid, 2023; The Influence of Emotional experience and Place Image on Behavioral Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Factor Among Visitors at Hardrock Cafe Bali. Undergraduate Thesis, Jakarta, Bachelor's Program in Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Shandy Aditya, BIB, MPBS & Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.

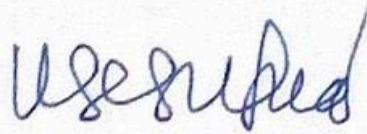
This research aims to determine the effects of emotional experience on customer satisfaction, the effects of place image on customer satisfaction, the effects of customer satisfaction on behavioral intention, the effects of emotional experience on behavioral intention, the effects of place image on behavioral intention, the effects of emotional experience on behavioral intention with customer satisfaction as an intervening factor, and the effects of place image on behavioral intention with customer satisfaction as an intervening factor among visitors of Hardrock Cafe Bali. The study employs a quantitative method with a total of 231 respondents. Data was collected through a questionnaire consisting of a list of questions. The data analysis technique employed is multiple linear regression using LISREL and IBM SPSS 25. The results of hypothesis testing indicate the following: 1) Emotional experience has a significant positive influence on customer satisfaction. 2) Place image has a significant positive influence on customer satisfaction. 3) Customer satisfaction has a significant positive influence on behavioral intention. 4) Emotional experience has a significant positive influence on behavioral intention. 5) Place image has a significant positive influence on behavioral intention. 6) Emotional experience has a significant positive influence on behavioral intention through customer satisfaction. 7) Place image has a significant positive influence on behavioral intention through customer satisfaction.

Keywords: emotional experience, place image, customer satisfaction, behavioral intention, Hardrock Cafe

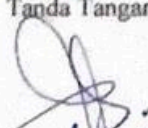



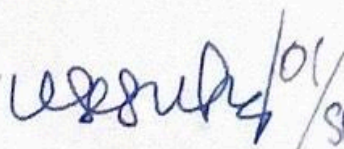
Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Ketua Sidang)		08/Sept-2023
2	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP 197404162006041001 (Penguji 1)		06/Sept-2023
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Penguji 2)		08/Sept-2023
4	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 1)		07/Sept-2023
5	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 1197002122008121001 (Pembimbing 2)		01/Sept-2023

Nama	: Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid
No. Registrasi	: 8215163389
Program Studi	: S1 Manajemen
Tanggal Lulus	: 29 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 29 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid

No. Reg: 8215163389



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.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 : Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid
NIM : 8215163389
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : Ghazilazuardifahdrasyid@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 (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Emotional Experience dan Place Image terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening pada Pengunjung di Hardrock Cafe bali

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 07 September 2023

Penulis

(Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim segala puji bagi Allah azza wajala atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan peneliti kesehatan sehingga dapat mengerjakan tugas akhir ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar, Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wasallam beserta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi yang berjudul “PENGARUH *EMOTIONAL EXPERIENCE* DAN *PLACE IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI *INTERVENING* PADA PENGUNJUNG DI HARD ROCK CAFE BALI” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti menemukan beberapa hambatan dan juga kendala. Dalam melewati hambatan dan kendala tersebut peneliti dibantu dari beberapa pihak eksternal, sehingga peneliti mampu melalui nya. Peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak eksternal, terutama dari keluarga dan juga teman – teman terdekat. Maka dengan sepiasnya peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya terutama kepada :

1. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.

3. Prof. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi, bantuan, doa dan juga kasih sayangnya, terutama untuk Rosmayanti selaku ibu kandung dan Slamet Riyadi selaku ayah kandung, serta Nesha, Ghaida, Lucky, Ghazi dan Gastia selaku kakak dan adik dari penulis yang selalu memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan di dalamnya dikarenakan keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar nantinya akan menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lanjutan yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 29 Agustus 2023



Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Deskripsi Konseptual.....	11
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	16
2.3 Kerangka Teori	24
2.3.1 <i>Emotional experience</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	24
2.3.2 <i>Place image</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	25
2.3.3 <i>Emotional experience</i> terhadap <i>behavioral intention</i>	26
2.3.4 <i>Place image</i> terhadap <i>behavioral intention</i>	27
2.3.5 <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>behavioral intention</i>	28

2.3.6 <i>Emotional experience</i> terhadap <i>behavioral intention</i> melalui <i>customer satisfaction</i>	29
2.3.7 <i>Place image</i> terhadap <i>behavioral intention</i> melalui <i>customer satisfaction</i>	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	35
3.4 Pengembangan instrumen.....	36
3.4.1 Variabel Dependen	36
3.4.2 Variabel Independen.....	36
3.4.3 Variabel intervening	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Indikator Variabel.....	37
3.7 Skala Pengukuran	39
3.8 Teknik Analisis data	40
3.8.1 Uji Deskriptif.....	41
3.8.2 Uji Validitas.....	41
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	42
3.8.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data	46
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	48
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	48

4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.8 Analisis deskriptif <i>Customer satisfaction</i>	52
4.1.9 Analisis deskriptif <i>Behavioral intention</i>	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.2.2 Uji Kelayakan Model.....	56
4.2.3 Uji Hipotesis.....	57
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi	73
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	73
5.2.2 Implikasi Praktis.....	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	76
5.4 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tanggapan kasus customer satisfaction	4
Gambar 1.2 Hardrock Café Bali di jl. Pantai Kuta Bali.....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	32
Gambar 3. 1 Path Model Structural Equation Modeling.....	41
Gambar 4. 1 Hasil uji <i>Standardized Total Effect Lisrel</i>	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>t-value</i> Lisrel.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil penelitian yang relevan	22
Tabel 3. 1 Tabel Indikator Variabel	38
Tabel 3. 2 Tabel Skala Pengukuran Likert.....	40
Tabel 3. 3 Goodness of fit indices.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 6 Analisis deskriptif emotional experience.....	50
Tabel 4. 7 Analisis deskriptif place image	51
Tabel 4. 8 Analisis deskriptif customer satisfaction.....	52
Tabel 4. 9 Analisis deskriptif behavioral intention.....	53
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas	54
Tabel 4. 11 Hasil uji reliabilitas	55
Tabel 4. 12 Tabel <i>Goodness of Fit Indices</i>	57
Tabel 4. 13 Model Persamaan Struktural.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai goodness of fit	81
Lampiran 2 Pengaruh langsung dan tidak langsung	82
Lampiran 3 Standardized total effect	83
Lampiran 4 Uji validitas emotional experience	84
Lampiran 5 Uji validitas place image	85
Lampiran 6 Uji validitas customer satisfaction	86
Lampiran 7 Uji validitas behavioral intention	87
Lampiran 8 Uji reliabilitas	88
Lampiran 9 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 10 Data Kuesioner	96

