

# **EXPERIENTIAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP LOKAL TELLU KOPI**

**WAHYU EKA MARTHANIA**



**PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

*@Hak cipta milik IPB University*

**IPB University**



**IPB University**  
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Experiential Marketing* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop* Lokal Tellu Kopi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, September 2024

Wahyu Eka Marthania  
K1401201014

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

WAHYU EKA MARTHANIA. *Experiential Marketing* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop* Lokal Tellu Kopi. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI dan KHAIRIYAH KAMILAH.

Tren kafe berbasis kopi semakin meningkat seiring dengan tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia. Hal ini membuat pelaku usaha *coffee shop* untuk lebih kreatif dalam menarik pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian mengambil obyek Tellu Kopi di Kota Surabaya. Data penelitian melibatkan 130 responden diambil dengan *purposive sampling* lalu diolah menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang berkunjung akan memperhatikan pengalaman secara visual hingga memunculkan perasaan dan emosi bagi pelanggan. Hal tersebut didukung dengan variabel *sense* dan *feel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Strategi rekomendasi untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan Tellu Kopi meliputi pengadaan *live music*, fokus pada inovasi dan kualitas bahan baku, penambahan ruangan *indoor*, variasi menu, penambahan fasilitas, pelatihan barista, dan *event workshop*.

Kata kunci: *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM-PLS

## ABSTRACT

WAHYU EKA MARTHANIA. *Experiential Marketing* to Increase Customer Satisfaction and Loyalty at Local Coffee Shop Tellu Kopi. Supervised by FEBRIANTINA DEWI and KHAIRIYAH KAMILAH.

The trend of coffee-based cafe is increasingly rising in line with the growing coffee consumption rate in Indonesia. This has compelled coffee shop entrepreneurs to be more creative in attracting customers. This study aims to identify the condition of experiential marketing in the sense and feel dimensions in a local coffee shop, determine the impact of sense and feel on customer satisfaction and loyalty, and provide strategic recommendations to increase customer satisfaction and loyalty. This research data involved 130 respondents selected through purposive sampling method and then analyzed using descriptive analysis and Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that visiting customers will pay attention to the visual experience to generate feeling and emotions for customers. This is supported by the variables of sense and feel had a positive and significant effect on customer satisfaction and loyalty. Customer satisfaction variable had a positive and significant effect on customer loyalty. Recommended strategies to improve Tellu Kopi's customer experience include live music, focus on innovation and quality of raw materials, additional indoor space, menu variations, additional facilities, barista training, and workshop events.

Keywords: *Experiential Marketing*, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, SEM-PLS



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

***EXPERIENTIAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA  
*COFFEE SHOP* LOKAL TELLU KOPI**

**WAHYU EKA MARTHANIA**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





*@Hak cipta milik IPB University*

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si.
2. Sedy Watazzawadu'Ilmi, S.E., M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : *Experiential Marketing* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop* Lokal Tellu Kopi

Nama : Wahyu Eka Marthania

NIM : K1401201014

Disetujui oleh

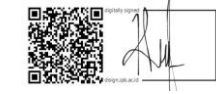
Pembimbing 1:

Febriantina Dewi., S.E., M.M., M.Sc.



Pembimbing 2:

Khairiyah Kamilah., S.E., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 6 September 2024

Tanggal Lulus: 20 September 2024

@Hak cipta milik IPB University

IPB University







## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan September 2024 ialah kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berjudul “*Experiential Marketing* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop* Lokal Tellu Kopi”.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan sebagai bentuk rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada para pihak sebagai berikut:

1. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc, dan Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberi kritikan, saran, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M selaku dosen seminar, Ir. Retnaningsih, M.Si dan Sedy Watazzawadu'Ilmi, S.E., M.M selaku dosen penguji yang telah memberi masukan berupa kritik dan saran yang membangun dalam menyempurnakan skripsi ini.
3. Dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah mendidik dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
4. Orang tua penulis Bapak Misbahuddin dan Ibu Sri Muwahyu yang telah memberikan dukungan baik berupa moril, finansial, serta segala bentuk dukungan lainnya yang diberikan untuk keberhasilan penelitian skripsi ini.
5. Pemilik kedai Tellu Kopi, Kak Faiz, Kak Ilham, dan Kak Juniar yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian serta membantu dalam proses pengumpulan data untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ghazia Rachma Bela Aron dan Lailathul Fitria Wulan Sari sahabat yang tiada henti memberikan motivasi dan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini meskipun dari jarak jauh.
7. Angel, Asel, Arsyah, dan Vanza teman dari grup LINE *Full Healing* yang senantiasa memberi motivasi, semangat, dan dukungan selama masa perkuliahan.
8. Abin, Farah, Ampy, Nafa, Siska, Dwila, Alya, Elai, Cindhe, Dijah, Shafa, dan Ismi teman seperjuangan selama masa perkuliahan di IPB yang selalu memberi semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
9. Rafdy Rayhan, Feisal Wibisana, dan Daffa Fadhilah teman yang selalu memberi semangat dan hal positif selama masa perkuliahan.
10. Teman-teman Sekolah Bisnis 57 yang telah kebersamaian penulis selama 4 tahun masa perkuliahan.

Bogor, September 2024

*Wahyu Eka Marthania*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Coffee Shop</i> (kedai kopi)	7
2.2 Pemasaran	7
2.3 <i>Experiential Marketing</i>	8
2.4 Kepuasan Pelanggan	10
2.5 Loyalitas Pelanggan	11
2.6 <i>Structural Equation Modelling - Partial Least Squares (SEM-PLS)</i>	12
2.7 Penelitian Terdahulu	12
2.8 Kerangka Pemikiran	13
2.9 Model Penelitian	14
III METODE	16
3.1 Waktu dan Tempat	16
3.2 Sumber dan Cara Pengumpulan Data	16
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	17
3.4 Skala Penelitian dan Pengukuran	18
3.5 Analisis Data	18
3.6 Formulasi Strategi Rekomendasi Hasil	20
3.7 Operasionalisasi Variabel Penelitian	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Tellu Kopi	25
4.2 Karakteristik Pelanggan	27
4.3 Kondisi <i>Sense</i> dan <i>Feel</i> Tellu Kopi Saat Ini	30
4.4 Pengaruh <i>Sense</i> dan <i>Feel</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	33
4.5 Rekomendasi Hasil	45
V SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	70



1	Daftar <i>coffee shop</i> di sekitar Tellu Kopi	4
2	Jenis dan sumber data	16
3	Penilaian pengukuran kuesioner	18
4	Keterangan pengujian SEM-PLS	19
5	Operasional variabel penelitian	20
6	Karakteristik umum pelanggan Tellu Kopi	27
7	Perilaku pelanggan Tellu Kopi	29
8	Nilai <i>loading factor</i> awal	34
9	Nilai <i>loading factor</i> setelah pengujian ulang	36
10	Nilai AVE setelah pengujian ulang	37
11	Nilai <i>cross loading</i> setelah pengujian ulang	38
12	Nilai <i>composite reliability</i> dan <i>Cronbach's alpha</i>	39
13	Nilai <i>R-Square</i> setelah pengujian ulang	39
14	Nilai <i>path coefficient output</i> hasil <i>bootstrapping</i>	40
15	Formulasi strategi rekomendasi hasil	46

## DAFTAR GAMBAR

1	Produksi kopi terbesar di Pulau Jawa tahun 2023	1
2	Pendapatan Tellu Kopi Januari 2020-Juni 2024	5
3	Model sederhana proses pemasaran	7
4	Kerangka pemikiran	14
5	Model penelitian	15
6	Logo Tellu Kopi	25
7	Suasana kedai Tellu Kopi	26
8	Struktur organisasi Tellu Kopi	26
9	Model <i>loading factor</i> awal	34
10	<i>Outer Model</i> akhir	36
11	Hasil <i>bootstrapping</i> model struktural	40

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Data kuesioner pelanggan Tellu Kopi	58
2	Daftar pertanyaan wawancara bersama pemilik kedai Tellu Kopi	62
3	Hasil uji validitas variabel <i>sense</i>	63
4	Hasil uji validitas variabel <i>feel</i>	63
5	Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan	64
6	Hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan	64
7	Hasil uji reliabilitas variabel penelitian	64
8	Rekapitulasi statistik variabel <i>sense</i>	65
9	Rekapitulasi statistik variabel <i>feel</i>	65
10	Rekapitulasi statistik variabel kepuasan pelanggan	67
11	Rekapitulasi statistik variabel loyalitas pelanggan	67
12	Dokumentasi Tellu Kpenopi	68

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

