

**ANALISA PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN RUMAH MAKAN PADANG RODA
BARU KABUPATEN ENDE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

**SEPRIYANTO RADJA KUDJI
201741372**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : SEPRIYANTO RADJA KUDJI
Nim : 201741372
Judul : ANALISA PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN RUMAH
MAKAN PADANG RODA BARU KABUPATEN ENDE

Ende, 23 Agustus 2023

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi

Pembimbing I



Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MM
NIDN. 0814058001

Pembimbing II



Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM
NIDN. 0831108301

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh
Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Agustus 2023



Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2603 7001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101

Tim Penguji:

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 01 | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u>
NIDN : 08 2609 7401 | 1. | |
| 02 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 2. | |
| 03 | <u>Santy Permata Sari, S.AB.,MM</u>
NIDN. 08 2906 9001 | 3. | |
| 04 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM</u>
NIDN. 0831108301 | 4. | |
| 05 | <u>Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MM</u>
NIDN. 0814058001 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“ANALISA PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN RUMAH MAKAN PADANG RODA BARU KABUPATEN ENDE”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 23 Agustus 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 23 Agustus 2023
Yang Memberi Pernyataan



Sepriyanto Radja Kudji
201741372

MOTTO

“Lakukan yang terbaik yang Anda bisa, sampai Anda tahu cara yang lebih baik. Kemudian ketika Anda tahu yang lebih baik, lakukan terbaik.”

(Sepriyanto Radja Kudji)

PERSEMBAHAN

Dengan Memanjatkan Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa,
Dengan Hati yang ikhlas tulisan ini Saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan nafas kehidupan dan Berkat sepanjang perjalanan hidup ini serta membimbing dan menuntun saya dalam segala hal.
2. Kepada Kedua Orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Lamekh Radja Kudji dan Ibu Kasralin Lay Kudji yang telah melahirkan dan membesarkan dan mendoakan saya dengan tulus dan ikhlas dan setia selalu menanti keberhasilan saya.
3. Saudara dan Saudari saya yang telah membantu membiayai serta telah memberikan dukungan dalam proses perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program studi Manajemen, terkhususnya kepada pembimbing yang selama ini tulus dan ikhlas dalam meluangkan waktu menuntun dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan program studi Manajemen angkatan 2017 yang dengan caranya masing-masing dalam membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater tercinta Universitas Flores

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena itu anugerahnya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “ **ANALISA PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PADANG RODA KABUPATEN ENDE** “ .

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini adalah karena bimbingan, pengarahan dan saran dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini tidak lupa penulis sampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Simon Siara Paji Sebagai Rektor Universitas Flores
2. Dekan Para Wakil Dekan, Ketua Program Studi Manajemen, Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Flores
3. Ibu Dr. Avianita Rachmawati, S. Sos., MM sebagai pembimbing I dan Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM Sebagai Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga dan pikiran dalam membimbing, memotivasi dalam memberikan pengetahuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Pemilik Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende yang telah memberikan ijin dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Semua pihak secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini, atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan tugas akhir Skripsi ini.

Hanya Tuhan Allah yang dapat membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki peneliti, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya sangat membangun, penulis harapkan.

Ende, 3 Agustus 2023

Sepriyanto Radja Kudji

ABSTRAK

Sepriyanto Radja Kudji. 201741372 ANALISIS PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PADANG RODA BARU KABUPATEN ENDE. Skripsi. 2023. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. Pembimbing I Dr. Avianita Rachmawati, S. Sos., MM, Pembimbing II Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM. Email : sepriyantoradja2@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *Sanse* terhadap minat beli ulang konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende (2) pengaruh *Feel* terhadap minat beli ulang konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende. (3) pengaruh *Think* terhadap minat beli ulang konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende. (4) Pengaruh *Act* terhadap minat beli ulang konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende. (5) Pengaruh *Relate* terhadap minat beli ulang konsumen pada rumah makan Padang roda baru kabupaten Ende. Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Sense* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende, dengan nilai beta (β) sebesar 0,647. (2) *fell* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende, dengan nilai beta (β) sebesar 0,484. (3) *Think* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende, dengan nilai beta (β) sebesar 0,620. (4) *Act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende, dengan nilai beta (β) sebesar 0,769. (5) *Relate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pada rumah makan padang roda baru kabupaten Ende, dengan nilai beta (β) sebesar 0,565.

Kata kunci: *Sanse, Fell, Think, Act, Relate, dan Minat Beli Ulang Konsumen*

ABSTRACT

Sepriyanto Radja Kudji. 201741372 ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF EXPERIENTAL MARKETING ON CONSUMERS' REBUY INTEREST IN PADANG RODA BARU RESTAURANT, ENDE DISTRICT. Thesis. 2023. Management Study Program, Faculty of Economics, University of Flores. Advisor I Dr. Avianita Rachmawati, S. Sos., MM, Supervisor II Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM. Email : sepriyantoradja2@gamil.com

This study aims to determine: (1) the effect of *Sanse* on consumer repurchase intention at the new Padang Roda restaurant in Ende district (2) the effect of *Feel* on consumers' repurchase intention at the new Padang Roda restaurant in Ende district. (3) the effect of *Think* on consumer repurchase intention at the new Padang Roda restaurant in Ende district. (4) The effect of the *Act* on consumer repurchase interest in the new Padang Roda restaurant in Ende district. (5) The effect of *Relate* on consumer repurchase intention at the new Padang Roda restaurant in Ende district. This type of research uses quantitative data.

The results of this research show that: (1) *Sense* has a positive and significant influence on consumers' repurchase interest in new Padang Roda restaurants in Ende Regency, with a beta (β) value of as high as ar 0.647. (2) *fell* has a positive and significant influence on consumers' repurchase interest in Padang Roda Baru eating houses in Ende Regency, with a beta value (β) of 0.484. (3) *Think* has a positive and significant influence on consumers' repurchase interest in the new Padang Roda restaurant in Ende Regency, with a beta value (β) of 0.620. (4) The *Act* has a positive and significant influence on consumers' repurchase interest in Padang Roda Baru restaurants, Ende Regency, with a beta value (β) of 0.769. (5) *Relate* has a positive and significant influence on consumers' repurchase interest in Padang Roda Baru restaurants, Ende Regency, with a beta value (β) of 0.56

Keywords: Sanse, Fell, Think, Act, Relate, dan Consumer Repurchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	8
2.1.2 Dimensi-Dimensi <i>Experiential</i>	9
2.1.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	10

2.1.4 Tujuan Pemasaran <i>Experiential Marketing</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.2.1 Minat Beli Ulang	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.4 Kerangka Berpikir	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Penelitian	16
3.1.1 Jenis Penelitian	16
3.1.2 Subjek dan Penelitian	16
3.2 Waktu Dan Lokasi Penelitian	17
3.3 Variabel Penelitian	17
3.4 Definisi Operasional	18
3.5 Populasi Dan Sampel	20
3.5.1 Populasi	20
3.5.2 Sampel	21
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	21
3.7 Sumber Data	21
3.8 Teknik Analisis Data	22
3.9 Analisis Deskripsi	23
3.10 Uji Validitas	23
3.11 Uji Reliabilitas	24
3.12 Uji Asumsi Klasik	25
3.13 Pengujian Hipotesis	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Rumah Makan Padang Roda Baru	28
4.1.1 Sejarah Singkat	28
4.2 Analisis Deskripsi	28
4.2.1 Deskripsi Responden	28
4.4 Uji Instrumen Penelitian	32
4.4.1 Uji Validitas	33
4.4.2 Uji Reliabilitas	35
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	37
4.5 Uji Hipotesis	39
4.5.1 Hipotesis Pertama	40
4.5.2 Hipotesis Kedua	41
4.5.3 Hipotesis Ketiga	43
4.5.4 Hipotesis Keempat	44
4.5.5 Hipotesis Kelima	46
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian	47
4.6.1 Pengaruh Rasa/ <i>Sanse</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende.	47
4.6.2 Pengaruh Perasaan/ <i>Feel</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende.	48
4.6.3 Pengaruh Berpikir/ <i>Think</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende.	49
4.6.4 Pengaruh Bertindak/ <i>Act</i> Terhadap Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende.	50
4.6.5 Pengaruh Berhubungan/ <i>Relate</i> Terhadap Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rumah Makan Padang Roda Baru Kabupaten Ende.	51

BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	18
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Spearman's rho	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Rasa/ <i>Sense</i> (X1) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	40
Tabel 4.10 Hasil koefisien Determinan Pengaruh Rasa/ <i>Sense</i> (X1) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	41
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Perasaan/ <i>Feel</i> (X2) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	41
Tabel 4.12 Hasil koefisien Determinan Pengaruh Perasaan/ <i>Feel</i> (X2) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	42
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Berpikir/ <i>Think</i> (X3) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	43
Tabel 4.14 Hasil koefisien Determinan Pengaruh Berpikir/ <i>Think</i> (X3) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	44
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Bertindak/ <i>Act</i> (X4) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	44
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Bertindak/ <i>Act</i> (X4) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	45

Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Berhubungan/ <i>Relate</i> (X5) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	46
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Berhubungan/ <i>Relate</i> (X5) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	15
Diagram 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Diagram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	30
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	31