

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* MELALUI *EXPERIENTIAL*  
VALUE PADA PELANGGAN J.CO DONUTS  
DI SURABAYA**



**OLEH :**  
**KEVIN WILLIAM PRATAMA**  
**3103017002**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**2021**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* MELALUI *EXPERIENTIAL*  
*VALUE* PADA PELANGGAN J.CO DONUTS  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen**

**OLEH :  
KEVIN WILLIAM PRATAMA  
3103017002**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *EXPERIENTIAL VALUE* PADA PELANGGAN J.CO DONUTS  
DI SURABAYA**

OLEH :

**KEVIN WILLIAM PRATAMA**

**3103017002**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

NIDN. 0722076501

Tanggal:24/04/21

Pembimbing II,



Digitally signed by  
Annisa Alfa  
Setyawan, S.Ak.,  
M.SM  
Reason: I have  
reviewed this  
document  
Date: 2021-06-08  
14:34:29

Annisa Alfa Setyawan, S.Ak., M.SM

NIDN. 0722109403

Tanggal:24/04/21

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : KEVIN WILLIAM PRATAMA

NRP : 3103017002

Telah diuji pada tanggal 25-06-2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



---

Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI.  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Digitally signed by Yulika  
Rosita Agrippina, SM., MIB  
DN: C=ID, OU=Widya  
Mandala Catholic  
University, O=Faculty of  
Business, CN=Yulika  
Rosita Agrippina, SM.,  
MIB,  
E=agrippina@ukwms.ac.id  
Reason: I have reviewed this  
document

Location: Surabaya  
Date: 2021-07-07 11:03:11

Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.  
NIDN. 0701079401

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kevin William Pratama

NRP 3103017002

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Experiential Value* Pada Pelanggan J.Co Donuts Di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

**Surabaya, 21 Mei 2021**



**Kevin William Pratama**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Experiential Value* Pada Pelanggan J.Co Donuts Di Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik
4. Ibu Annisa Alfa Setyawan, S.Ak.,M.SM selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Papa, Mama dan segenap keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Teman-teman seperjuangan, Irvan, Gerry ,dan Calvin yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama masa pengerjaan skripsi.
9. Teman yang menemani dalam suka dan duka, Tania yang selalu menguatkan dan menghibur dalam penulisan.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukan

**Surabaya, 21 Mei 2021**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kevin William Pratama', written in a cursive style.

**Kevin William Pratama**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	11
2.4 Model Penelitian .....	13
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	14
3.1 Desain Penelitian.....	14
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	14
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	16
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	16
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	17
3.6 Teknik Analisis Data.....	17
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	21
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	21
4.2 Deskripsi Data.....	22
4.3 Hasil Analisis Data.....	26
4.4 Pembahasan.....	32
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....	35
5.1 Simpulan .....	35
5.2 Keterbatasan.....	36
5.3 Saran .....	36
DAFTAR PUSTAKA .....	38
LAMPIRAN.....	41



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini .....	11
Tabel 3.1 : Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	16
Tabel 4.1 : Pernah Membeli Produk J.CO Donuts Surabaya.....	21
Tabel 4.2 : Usia Responden .....	22
Tabel 4.3 : Domisili Responden.....	22
Tabel 4.4 : Interval Rata-Rata Variabel Penelitian .....	23
Tabel 4.5 : Statistik Deskriptif <i>Experiential Marketing</i> .....	23
Tabel 4.6 : Statistik Deskriptif <i>Repurchase Intention</i> .....	24
Tabel 4.7 : Statistik Deskriptif <i>Experiential Value</i> .....	25
Tabel 4.8 : Test of Univariate Normality for Continous Variables .....	26
Tabel 4.9 : <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i> .....	27
Tabel 4.10 : Uji Validitas .....	27
Tabel 4.11 : Uji Reliabilitas <i>Experiential Marketing</i> .....	28
Tabel 4.12 : Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> .....	29
Tabel 4.13 : Uji Reliabilitas <i>Experiential Value</i> .....	29
Tabel 4.14 : Confirmatory Factor Analysis .....	30
Tabel 4.15 : Hasil Persamaan Structural Equation Modeling .....	30
Tabel 4.16 : Pengujian Hipotesi.....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Penelitian .....	13
-------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	41
Lampiran 2: Hasil Kuesioner .....	43
Lampiran 3: Karakteristik Responden .....	46
Lampiran 4: Uji Normalitas .....	47
Lampiran 5: <i>Output SEM</i> .....	53

## ABSTRAK

J.CO Donuts Surabaya merupakan kafe yang menjual makanan dan minuman di Surabaya. J.CO Donuts Surabaya juga adalah kafe besar yang memiliki banyak pelanggan di Surabaya. Dalam pengalamannya dalam bentuk pelayanan dengan kualitas yang diberikan untuk memuaskan pelanggan J.CO Donuts Surabaya. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Experiential Value* Pada Pelanggan J.Co Donuts Di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 151 responden yaitu merupakan pelanggan J.CO Donuts Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential Value*, *Experiential Marketing* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Experiential Value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Experiential Marketing* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Dengan demikian bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap hubungan antar variabel. Peneliti juga menyarankan agar peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel yang sama namun objek yang lain, hal ini disarankan oleh peneliti karena banyaknya café terkenal di Indonesia yang bisa di jadikan objek penelitian.

**Kata Kunci :** *Experiential Marketing, Repurchase Intention, Experiential Value.*

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON REPURCHASE INTENTION THROUGH EXPERIENTIAL VALUE ON J.CO DONUTS CUSTOMERS IN SURABAYA***

*J.CO Donuts Surabaya is a café that sells food and drinks in Surabaya. J.CO Donuts Surabaya is also a large café that has many customers in Surabaya. In his experience in the form of service with quality provided to satisfy customers J.CO Donuts Surabaya. So this research aims to examine the Influence of Experiential Marketing On Repurchase Intention Through Experiential Value On Customers J.Co Donuts In Surabaya.*

*Sampling techniques used are non probability sampling by purposive sampling. The sample used by 151 respondents was a customer of J.CO Donuts Surabaya. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling using LISREL program.*

*The results of this study prove that Experiential Marketing has a positive and significant influence on Experiential Value, Experiential Marketing gives a positive and significant influence on Repurchase Intention, Experiential Value has a positive and significant influence on Repurchase Intention, Experiential Marketing gives a positive and significant influence on Repurchase Intention. Thus, the results of this study showed a positive and significant influence on the relationship between variables. The researcher suggests that the next researcher can conduct research with the same variable but with another object, this is suggested by the researcher because there are many famous cafes in Indonesia that can be used as research objects.*

***Keywords : Experiential Marketing, Repurchase Intention, Experiential Value.***