

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI TUNG TAU SUNGAILIAT**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : ZENDA DAMARA

NIM : 302 13 11 119

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

2018



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Zenda Damara
NIM : 302 13 11 119
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat"

Pembimbing Utama

Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M
NIP.198207222014042002

Pembimbing Pendamping

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012121005

Balunijuk, 11 Januari 2018
Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP.196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI TUNG TAU SUNGAILIAT**

Yang Diperoleh dan Disusun Oleh : Zenda Damara
Nomor Induk Mahasiswa : 302 13 11 119

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada Tanggal 19 Januari 2018, dan
Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Tim Penguji

Ketua

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP.507206007

Anggota

Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M
NIP.198207222014042002

Anggota

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012121005

Anggota

Christianingrum, S.Pd., M.M
NIP.198704022014042001

Balunujuk, 5 Februari 2018
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan

M. Tanggung, SE., M.Si
NIP. 196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul : **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunjuk, 5 Februari 2018

Penulis,


METERAI
TEMPEL
6CBA3AEF928404290
5000
ENAM RIBU RUPIAH

Zenda Damara

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Berbagilah kebahagiaan kepada orang disekitarmu, karena rasa bahagia dari membahagiakan orang lain akan lebih besar dibandingkan dibahagiakan orang lain”

(Zenda Damara)

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan ketangguhan hati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua saya yang tercinta, Bapak Zainal dan Ibu Linda dan juga Keluarga besar Bapak Masdar Asin dan Bapak Abdullah atas segala dukungan, semangat, motivasi, untuk keberhasilan penulis.
3. Semua dosen – dosen fakultas ekonomi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan serta etika yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung.
4. Kepada semua teman – teman manajemen 4 angkatan 2013, serta juga teman – teman sesama fakultas ekonomi angkatan 2013.
5. Warung Kopi Tung Tau Sungailiat yang merupakan objek dalam penelitian skripsi ini.
6. Seluruh mahasiswa Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Zenda Damara, 302 13 11 119. *The Effect of Experiential Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty at Coffe Shop Tung Tau, Sungailiat.*

This study aimed at finding out how the influence of experiential marketing and service quality on customer satisfaction and loyalty at Tung Tau Sungailiat Coffe Shop. In this study, the independent variables were experiential marketing and service quality, and the dependent variable was customer satisfaction and loyalty.

The research approach used in this research was the descriptive and quantitative approach. This research was conducted on 180 customers of Tung Tau Sungailiat Coffe Shop. The sampling method applied in this research was the non-probability sampling method which was the accidental sampling method. The data collection techniques used in this study were interviews, questionnaires, and observations. The data were tested using path analysis with assistive devices of AMOS 22 and SPSS 22.

The results of this study indicated that there was positive and significant influence of experiential marketing on customer satisfaction in accordance with the results of C.R 15,008 > 2,0 and the value of P 0,000 < 0,5; there was positive and significant effect of experiential marketing on customer loyalty in accordance with the results of C.R 11,837 > 2,0 and value of P 0,000 < 0,5; there was positive and significant effect of service quality on customer satisfaction in accordance with the results of C.R 13,821 > 2,0 and the value of P 0,000 < 0,5; there was positive and significant effect of service quality on customer loyalty in accordance with the results of C.R 9,736 > 2,0 and the value of P 0,000 < 0,5; there was negative effect of customer satisfaction on loyalty in accordance with the results of C.R -0,158 < 2,0 and P value 0,874 > 0,5. Big influence of experiential marketing and service quality to customer satisfaction was equal to 81,9% and big influence of experiential marketing and service quality to customer loyalty was equal to 84,4%.

Keywords : *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Zenda Damara, 302 13 11 119. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *experiential marketing* dan *service quality*, dan variabel dependen adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada 180 orang pelanggan Warung Kopi Tung Tau Sungailiat. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Data diuji menggunakan analisis jalur (*path*) dengan alat bantu uji berupa AMOS 22 dan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan hasil C.R 15,008 > 2,0 dan nilai P 0,000 < 0,5; terdapat pengaruh positif dan signifikan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil C.R 11,837 > 2,0 dan nilai P 0,000 < 0,5; terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan hasil C.R 13,821 > 2,0 dan nilai P 0,000 < 0,5; terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil C.R 9,736 > 2,0 dan nilai P 0,000 < 0,5; terdapat pengaruh negatif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil C.R -0,158 < 2,0 dan nilai P 0,874 > 0,5. Besar pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 81,9% dan besar pengaruh *experiential marketing* dan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 84,4%.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, *Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang, shalawat dan salam selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat”**. Dengan menyadari segala keterbatasan dan kemampuan Ilmu Pengetahuan yang penulis miliki, maka penulis sangat menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan – kekurangan, baik itu dalam isi/materi atau susunan kalimatnya, untuk itu penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini kedepannya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya serta penghargaan sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, memotivasi, serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu, yaitu kepada :

1. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua penulis Bapak Zainal dan Ibu Linda.

2. Bapak M.Tanggung, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E.,M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M. selaku Pembimbing II.
4. Ibu Hidayati, S.E.,M.M selaku Pembimbing Akademik.
5. Seluruh dosen fakultas ekonomi khususnya jurusan manajemen dan juga seluruh staf AAK, AUK, serta perpustakaan.
6. Ako Tedy Bunawan selaku pemilik Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.
7. Sahabat – sahabat, teman – teman seperjuangan MN 4 (manajemen 4), teman – teman fakultas ekonomi.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah keberkahan atas segala pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, terutama bagi generasi yang akan datang. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh penulis.

Balun Ijuk, 11 Januari 2018

Penulis

Zenda Damara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.3 Loyalitas Pelanggan	17

2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	17
2.3.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan	18
2.3.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.4 Kepuasan Pelanggan	20
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
2.4.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	21
2.4.3 Faktor Kepuasan Pelanggan	22
2.5 <i>Experiential Marketing</i>	23
2.5.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	23
2.5.2 Pengukuran <i>Experiential Marketing</i>	24
2.6 <i>Service Quality</i>	25
2.6.1 Pengertian Pelayanan	25
2.6.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.6.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Kerangka Pemikiran	30
2.8.1 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.8.2 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
2.8.3 Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.8.4 Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.8.5 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap	

Loyalitas Pelanggan.....	33
2.9 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sample	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4 Jenis Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Variabel Penelitian	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	41
3.8 Pengukuran Variabel	42
3.9 Teknik Analisis Data	43
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	43
3.9.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.9.2.1 Uji Validitas	44
3.9.2.2 Uji Reliabilitas	45
3.9.3 Analisis Jalur	45
3.9.3.1 Uji Kesesuaian Model.....	46
3.9.3.2 Uji Normalitas	48
3.9.3.2.1 <i>Multivariate Outlier</i>	48
3.9.3.3 Uji Multikolinearitas.....	49
3.9.3.4 Nilai Residual	49
3.9.3.5 <i>Squared Multiple Correlation</i>	49

3.9.3.6 <i>Regression Weight</i>	49
3.9.3.7 Model Matematis	50
3.9.3.8 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	50
3.9.3.9 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.....	52
4.1.1 Sejarah Warung Kopi Tung Tau	52
4.1.2 Struktur Organisasi Warung Kopi Tung Tau Sungailiat	55
4.1.3 Tugas – Tugas Dari Setiap Bagian Struktur Organisasi Warung Kopi Tung Tau Sungailiat	55
4.2 Analisis dan Interpretasi Data	57
4.2.1 Hasil Karakteristik Responden	58
4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel	61
4.2.2.1 Variabel <i>Experiential Marketing</i>	61
4.2.2.2 Variabel <i>Service Quality</i>	69
4.2.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
4.2.2.4 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	84
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif	90
4.3 Hasil Analisis Data	92
4.3.1 Uji Validitas	92
4.3.2 Uji Reliabilitas	93
4.3.3 Analisis Jalur.....	95
4.3.1.1 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness Of Fit</i>)	96
4.3.1.2 Uji Normalitas	97

4.3.1.2.1 <i>Multivariate Outlier</i>	98
4.3.1.3 Uji Multikolinearitas	100
4.3.1.4 Nilai Residual	101
4.3.1.5 <i>Squared Multiple Correlation</i>	102
4.3.1.6 <i>Regression Weight</i>	102
4.3.1.7 Model Matematis.....	103
4.3.1.8 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	103
4.3.1.9 Uji Hipotesis.....	106
4.4 Pembahasan.....	108
4.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	109
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	110
4.4.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	111
4.4.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	112
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	113
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar Nama <i>Cafe</i> dan Warung Kopi di Sungailiat	5
Tabel I.2 Tabel Total Penjualan Bulan Januari – Desember Tahun 2016	7
Tabel I.3 Hasil Pra Survey Terhadap 30 Orang Pelanggan Warung Kopi Tung Tau Sungailiat	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel III.1 Jumlah Pengunjung Warung Kopi Tung Tau Sungailiat	36
Tabel III.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel III.3 Skala Pengukuran Variabel.....	43
Tabel III.4 Kategori Skala.....	44
Tabel III.5 Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	47
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
Tabel IV.4 Hasil Olah Data Item 1 <i>Experiential Marketing</i>	61
Tabel IV.5 Hasil Olah Data Item 2 <i>Experiential Marketing</i>	62
Tabel IV.6 Hasil Olah Data Item 3 <i>Experiential Marketing</i>	63
Tabel IV.7 Hasil Olah Data Item 4 <i>Experiential Marketing</i>	63
Tabel IV.8 Hasil Olah Data Item 5 <i>Experiential Marketing</i>	64
Tabel IV.9 Hasil Olah Data Item 6 <i>Experiential Marketing</i>	65
Tabel IV.10 Hasil Olah Data Item 7 <i>Experiential Marketing</i>	65
Tabel IV.11 Hasil Olah Data Item 8 <i>Experiential Marketing</i>	66
Tabel IV.12 Hasil Olah Data Item 9 <i>Experiential Marketing</i>	67
Tabel IV.13 Hasil Olah Data Item 10 <i>Experiential Marketing</i>	68

Tabel IV.14 Rata – Rata Penilaian Responden Dalam Variabel <i>Experiential Marketing</i>	69
Tabel IV.15 Hasil Olah Data Item 1 <i>Service Quality</i>	70
Tabel IV.16 Hasil Olah Data Item 2 <i>Service Quality</i>	70
Tabel IV.17 Hasil Olah Data Item 3 <i>Service Quality</i>	71
Tabel IV.18 Hasil Olah Data Item 4 <i>Service Quality</i>	72
Tabel IV.19 Hasil Olah Data Item 5 <i>Service Quality</i>	72
Tabel IV.20 Hasil Olah Data Item 6 <i>Service Quality</i>	73
Tabel IV.21 Hasil Olah Data Item 7 <i>Service Quality</i>	74
Tabel IV.22 Hasil Olah Data Item 8 <i>Service Quality</i>	75
Tabel IV.23 Hasil Olah Data Item 9 <i>Service Quality</i>	75
Tabel IV.24 Hasil Olah Data Item 10 <i>Service Quality</i>	76
Tabel IV.25 Rata – Rata Penilaian Responden Dalam Variabel <i>Service Quality</i>	77
Tabel IV.26 Hasil Olah Data Item 1 Kepuasan Pelanggan	78
Tabel IV.27 Hasil Olah Data Item 2 Kepuasan Pelanggan	78
Tabel IV.28 Hasil Olah Data Item 3 Kepuasan Pelanggan	79
Tabel IV.29 Hasil Olah Data Item 4 Kepuasan Pelanggan	80
Tabel IV.30 Hasil Olah Data Item 5 Kepuasan Pelanggan	80
Tabel IV.31 Hasil Olah Data Item 6 Kepuasan Pelanggan	81
Tabel IV.32 Hasil Olah Data Item 7 Kepuasan Pelanggan	82
Tabel IV.33 Hasil Olah Data Item 8 Kepuasan Pelanggan	82
Tabel IV.34 Rata – Rata Penilaian Responden Dalam Variabel Kepuasan Pelanggan.....	83
Tabel IV.35 Hasil Olah Data Item 1 Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel IV.36 Hasil Olah Data Item 2 Loyalitas Pelanggan.....	85

Tabel IV.37 Hasil Olah Data Item 3 Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel IV.38 Hasil Olah Data Item 4 Loyalitas Pelanggan.....	86
Tabel IV.39 Hasil Olah Data Item 5 Loyalitas Pelanggan.....	87
Tabel IV.40 Hasil Olah Data Item 6 Loyalitas Pelanggan.....	87
Tabel IV.41 Hasil Olah Data Item 7 Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel IV.42 Hasil Olah Data Item 8 Loyalitas Pelanggan.....	89
Tabel IV.43 Rata – Rata Penilaian Responden Dalam Variabel Loyalitas Pelanggan.....	90
Tabel IV.44 Rekapitulasi Nilai Rata – Rata.....	91
Tabel IV.45 Uji Validitas.....	92
Tabel IV.46 Uji Reliabilitas.....	94
Tabel IV.47 Hasil Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness Of Fit</i>).....	96
Tabel IV.48 Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel IV.49 Hasil Uji <i>Multivariate Outlier</i>	98
Tabel IV.50 Nilai Residual.....	101
Tabel IV.51 <i>Squared Multiple Correlation</i>	102
Tabel IV.52 <i>Regression Weight</i>	103
Tabel IV.53 <i>Standardized Total Effect</i>	104
Tabel IV.54 <i>Standardized Direct Effect</i>	104
Tabel IV.55 <i>Standardized Indirect Effect</i>	105
Tabel IV.56 Hasil Ringkasan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ..	105
Tabel IV.57 Uji Hipotesis.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.....	3
Gambar I.2 Menu Pada Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.....	4
Gambar I.3 Diagram Total Pendapatan Warung Kopi Tung Tau Sungailiat Bulan Januari – Desember Tahun 2016.....	8
Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Warung Kopi Tung Tau Sungailiat.....	55
Gambar IV.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar IV.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar IV.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .	60
Gambar IV.5 Diagram Alur Experiential Marketing dan Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi Data

Lampiran III Hasil Uji dan Analisa Data

Lampiran IV Abstrak

Lampiran V Surat Izin Penelitian

Lampiran VI TOEFL

Lampiran VII Kartu Bimbingan

Lampiran VIII Daftar Riwayat Hidup

Lampiran IX Gambar Penelitian

