

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TERASH MINI CAFE SUNGAILIAT
KABUPATEN BANGKA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : HERMILA HARZALIA

NIM : 302 12 11 041

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

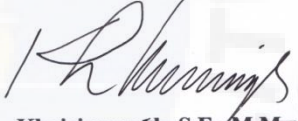
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hermila Harzalia
NIM : 302 12 11 041
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Strategi Pemasaran dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat Kabupaten Bangka.

Pembimbing Utama


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

Pembimbing Pendamping


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

Balunijuk, 15 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

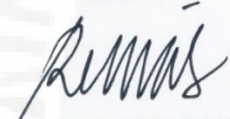
**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN *EXPERENTIAL*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
TERASH MINI CAFE SUNGAILIAT KABUPATEN BANGKA**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Hermila Harzalia
Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 041

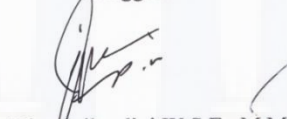
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 9 Agustus 2016 dan
Telah memenuhi syarat untuk diterima

Tim Penguji :

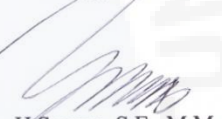
Ketua


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

Anggota


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

Anggota


H. Sumar., S.E., M.M.
NP.506808015

Balun Ijuk, 9 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


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

Ketua Jurusan Manajemen


Maya Yusnita, S.E., M.Si
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat Kabupaten Bangka”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di acuan dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Sungailiat, 9 Agustus 2016

Penulis




Hermila Harzalia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.”

(QS. Al-Ankabut 29:6)

“ Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, Tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum.”

(Mahatma Gandhi)

“Ku olah kata, kubaca makna, ku ikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana ku terima, orangtua pun bahagia”

(Penulis)

“Tidak ada usaha yang sia-sia, yakinlah Allah punya banyak cara untuk membalas semua pada waktunya, maka bersabarlah”

(Penulis)

“Saya Datang, Saya Bimbingan, Saya Ujian, Saya Revisi dan Saya Menang”

Persembahan

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala nikmat dan karunia-NYA yang diberikan kepada penulis sehingga tiada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur.
“Alhamdulillah Ya Allah”
2. Orang tuaku tercinta, Ayahanda (alm) **HERMAWAN UHO** dan Ibunda **HARZUNAH**. Betapa tak ternilai kasih sayang dan pengorbanan yang telah kalian berikan padaku. Terimakasih atas doa, dukungan moril maupun materi untukku selama ini. Kalian motivasiku, inspirasiku dan guru terbaikku. “You’re my everything”
3. Keempat kakak kandungku **Harvriandhi**, **Herzi Yuridisman**, **Herryan**, dan **Harsa Fadhillah** serta kakak iparku yang selalu memberikan motivasi dan materi kepadaku selama ini.
4. Seseorang yang selalu memberi semangat, membantu dan selalu sabar menghadapi ketika aku keluh kesah dengan skripsiku. “Thankyou”
5. Sahabat-sahabat terbaikku **Meilin Atika, A.Md**, **Tri Agus Lestari, A.Md.RMIK**, **Faradita Nurul Nisya, S.Sos**, **Sheren Librina Octary, S.Kom** dan **Yeni Chintya Rani Angelika, S.Pd** terima kasih selalu menemani dan selalu ada untukku disaat susah maupun senang. “We are best friends forever”
6. Sahabat-sahabat gila semasa kuliah **Rahmawti Utami, S.E**, **Arnovita, S.E**, **Rasti Calvinasari, S.E**, **Nevia Luthfi Annisa, S.E**, **Sielvina Mirani, S.E**, **Ambar Lestari, S.E** dan **Dina Pratiwi, S.E**.
7. Teman-teman seperjuangan **Alvin Anderia Putra**, **Lingga Mahardika**, **Riko Susanto**, **Aryadi Baskara**, **Ardi Sugara**, **Nopry Yanti**, **Rizki Eka Dirna**, **Ayu Lestari**, **Raden Ayu Hegi Herbina** terimakasih atas segala bantuannya dan seluruh teman-teman **Manajemen1 angkatan 2012** serta teman-teman **KKN angkatan X Matras** yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya semoga persahabatan kita tetap terjalin.
8. **Alamamater Kebanggaanku**, Universitas Bangka Belitung

ABSTRACT

Hermila Harzalia. 302.12.11.041. *The Effect of Marketing Strategy and Experiential Marketing on The Customers' Loyalty at Terash Mini Cafe Sungailiat, Bangka Regency.*

Customers' loyalty has an important role and become an asset which is valuable for businessman especially of cafe entrepreneur. Therefore, loyalty becomes the main reason for a company to attract and retain customers. It condition also happens on Terash Mini Cafe Sungailiat which always maintains their existence in the middle of cafe business competition.

The aim of this research is to determine how the effect of marketing strategy and experiential marketing on the customers' loyalty at Terash Mini Cafe Sungailiat. The population of this study is the customers of Terash Mini Cafe which are 407 respondents. This is descriptive quatitative research with total sample of 202 respondents which is obtained using Slovin formula, while the sampling technique uses accidental sampling. The test of instrument uses validity test and reliability test. The data analyzing method uses multiple linear regression with t test, F test and determination analysis.

The result of this research indicates that partially variable of marketing strategy and experiential marketing has positive and significant effect on the customers' loyalty at Terash Mini Cafe Sungailiat with the value of variable of marketing strategy (X1) t_{value} is $12.320 > t_{table} 1.972$ and variable of experiential marketing t_{value} is $5.940 > t_{table} 1.972$. Simultaneously variable of marketing strategy and experiential marketing also has positive and significant effect on customers' loyalty at Terash Mini Cafe Sungailiat with the test result is $F_{value} 193.593 > F_{table} 3.04$ with the significance level is $0.000 < 0.05$. The result of the test also get the value of Adjusted R Square in the amount of 0.657 or 65.7% which means the variation of variable of customers' loyalty can be explained by variable of marketing strategy and experiential marketing while the remaining is explained by other variable out of the reserach.

Keywords: Marketing Strategy, Experiential Marketing and Costumers' Loyalty

ABSTRAK

Hermila Harzalia. 302.12.11.041. Pengaruh Strategi Pemasaran dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat Kabupaten Bangka.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dan menjadi aset yang berharga bagi para pelaku bisnis terutama bagi para pengusaha *cafe*. Oleh karena itu loyalitas menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Hal inilah yang terjadi pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat yang terus mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan bisnis *cafe* di Sungailiat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Strategi Pemasaran, *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh unsur strategi pemasaran dan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat. Populasi penelitian ini adalah para pelanggan *Terash Mini Cafe* yang berjumlah 407 responden. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kuantitatif dengan jumlah sampel 202 responden yang ada dan dengan menggunakan rumus Slovin, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan analisis determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Strategi Pemasaran dan *Experiential Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat dengan nilai t_{hitung} variabel strategi pemasaran (X1) sebesar $12.320 > t_{tabel}$ yang bernilai 1.972, dan *experiential marketing* sebesar $5.940 > t_{tabel}$ yang bernilai 1.972. Variabel Strategi Pemasaran dan *Experiential Marketing* secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Terash Mini Cafe* Sungailiat dengan hasil uji F_{hitung} sebesar $193.593 > F_{tabel}$ sebesar 3.04 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$. Hasil pengujian juga mendapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,657 atau 65,7% yakni berarti variasi variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel strategi pemasaran dan *experiential marketing* sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel yang ada diluar penelitian.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Experiential Marketing* dan Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang Maha Mengetahui, Maha Adil, lagi Maha Penyayang atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna melengkapi persyaratan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Shalawat dan salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pegangan hidup bagi setiap makhluk untuk sadar dengan ketidak sempurnaannya, dan berusaha untuk berbuat baik bagi sesama. Semoga kita termasuk orang-orang mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

Bukan tanpa rintangan, banyak proses yang harus dilewati, banyak pula pihak yang turut membantu kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini, saya telah berusaha dengan segala daya dan upaya guna menyelesaikannya. Namun tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini yang dengan keikhlasan hati tentunya skripsi ini tidak akan terwujud. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada mereka yang telah memberi sumbangan kepada penulis dalam rangka menyelesaikan karya ini, mereka adalah :

1. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan sekaligus sebagai dosen pembimbing utama saya.
3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan sekaligus sebagai dosen pembimbing pendamping saya.
4. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta jajaran staf akademik di Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
6. Kedua Orang Tuaku dan kakak-kakakku tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang dan pengorbanan serta doanya untuk keberhasilanku.
7. Pemilik, pegawai, serta responden *Terash Mini Cafe* Sungailiat.
8. Sahabatku dan orang tersayang Meilin, Dita, Sheren, Icha, Tari, Tami, Rasti, Nevia, Vita, Vina, Ambar dan Tiwi yang senantiasa memberi semangat, pelajaran hidup, suka duka dan selalu ada untukku mendengar seluruh keluhan kesahku.
9. Teman-temanku tercinta Manajemen 1 angkatan 2012, empat tahun kita lalui bersama menjalani kuliah, suka duka, tawa dan marah kita jalani bersama.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik. Penulis juga memohon maaf apabila didalam penelitian ini ada kata-kata yang kurang berkenan dihati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Sungailiat, 9 Agustus 2016

Penulis,

Hermila Harzalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Manajemen Pemasaran	18

2.1.1 Pengertian Manajemen	18
2.1.2 Pengertian Pemasaran	19
2.1.3 Konsep Pemasaran	21
2.1.4 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.2 Strategi Pemasaran.....	25
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	25
2.2.2 Dimensi Strategi Pemasaran	26
2.2.3 Konsep Strategi Pemasaran	35
2.2.4 Proses Strategi Pemasaran	37
2.2.5 Jenis-jenis Strategi Pemasaran.....	39
2.3 <i>Experiential Marketing</i>	41
2.3.1 Definisi <i>Experiential Marketing</i>	41
2.3.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	42
2.3.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	43
2.3.4 Pengukuran <i>Experiential Marketing</i>	44
2.4 Loyalitas Pelanggan	49
2.4.1 Pengertian Loyalitas	49
2.4.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	50
2.4.3 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	51
2.4.4 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	53
2.4.5 Perkembangan Loyalitas	54
2.4.6 Dimensi Loyalitas Pelanggan	57

2.5 Penelitian Terdahulu	58
2.6 Kerangka Berpikir.....	60
2.6.1 Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
2.6.2 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
2.6.3 Hubungan Strategi Pemasaran dan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
2.7 Hipotesis	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	65
3.1 Pendekatan Penelitian	65
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	66
3.3 Populasi dan Sampel	66
3.3.1 Populasi Penelitian	66
3.3.2 Sampel Penelitian	66
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	68
3.4.1 Definisi Operasional	68
3.4.2 Pengukuran Variabel	71
3.5 Teknik Pengambilan Data	72
3.5.1 Jenis dan Sumber Data	71
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	73
3.6 Teknik Analisis Data	74
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	74

3.6.2 Analisis Verifikatif	76
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	77
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
3.6.5 Pengujian Hipotesis	80
3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Gambaran Objek Penelitian	84
4.1.1 Gambaran Umum <i>Terash Mini Cafe</i>	84
4.1.2 Visi dan Misi	86
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Terash Mini Cafe</i>	87
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	89
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	89
4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel	93
4.2.3 Hasil Rekapitulasi Analisis Deskriptif	134
4.3 Hasil Analisis Data	135
4.3.1 Uji Validitas	135
4.3.2 Uji Reliabilitas	137
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	138
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	143
4.3.5 Uji Parsial atau Uji T	144
4.3.6 Uji Simultan atau Uji F.....	146
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	148

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	149
4.4.1 Karakteristik Responden	149
4.4.2 Tingkat Strategi Pemasaran, <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan	149
4.4.3 Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan	151
4.4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	153
4.4.5 Pengaruh Strategi Pemasaran dan <i>Experiential</i> <i>Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	155
BAB V PENUTUP	159
5.1 Kesimpulan	159
5.2 Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel. I.1 Data Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Periode 2012-2013	2
Tabel. I.2 Data Kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Atas PDB Periode 2012-2013	2
Tabel. I.3 Data UMKM per Kecamatan di Kabupaten Bangka Tahun 2015	4
Tabel. I.4 Daftar Nama <i>Cafe</i> di Sungailiat.....	7
Tabel. I.5 Data Jumlah Pengunjung <i>Terash Mini Cafe</i> 2015.....	10
Tabel. I.6 Data Prasurvey Terhadap 30 Responden Pelanggan <i>Terash Mini Café</i> Sungailiat Kabupaten Bangka	12
Tabel. II.1 Perubahan Kebutuhan dan Keinginan Menjadi Permintaan.....	23
Tabel. II.2 Penelitian Terdahulu.....	59
Tabel. III.1 Definisi Operasional Variabel	69
Tabel. III.2 Skor Skala Likert	71
Tabel. III.3 Kategori Skala	75
Tabel. IV.1 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel. IV.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
Tabel. IV.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Tabel. IV.4 Hasil Penelitian Deskriptif Produk Berkualitas	93
Tabel. IV.5 Hasil Penelitian Deskriptif Produk Banyak Jenis	94
Tabel. IV.6 Hasil Penelitian Deskriptif Harga Sesuai	95

Tabel. IV.7 Hasil Penelitian Deskriptif Harga Lebih Murah	97
Tabel. IV.8 Hasil Penelitian Deskriptif Media Iklan	98
Tabel. IV.9 Hasil Penelitian Deskriptif Tenaga Penjual	99
Tabel. IV.10 Hasil Penelitian Deskriptif Lokasi Strategis	101
Tabel. IV.11 Hasil Penelitian Deskriptif Lokasi Aman	102
Tabel. IV.12 Rata-Rata Penilaian Pelanggan terhadap Strategi Pemasaran	103
Tabel. IV.13 Hasil Penelitian Deskriptif Desain Interior.....	104
Tabel. IV.14 Hasil Penelitian Deskriptif Kesejukan Ruangan.....	106
Tabel. IV.15 Hasil Penelitian Deskriptif Cita Rasa Makanan dan Minuman	107
Tabel. IV.16 Hasil Penelitian Deskriptif Aroma Makanan.....	108
Tabel. IV.17 Hasil Penelitian Deskriptif Ketepatan Penyajian Makanan....	109
Tabel. IV.18 Hasil Penelitian Deskriptif Kecepatan Penyajian Makanan ..	111
Tabel. IV.19 Hasil Penelitian Deskriptif Karyawan Ramah	112
Tabel. IV.20 Hasil Penelitian Deskriptif Inovasi Menu.....	113
Tabel. IV.21 Hasil Penelitian Deskriptif Ragam Menu	114
Tabel. IV.22 Hasil Penelitian Deskriptif Tempat Berkumpul dan Bersantai.....	116
Tabel. IV.23 Hasil Penelitian Deskriptif Perhatian Khusus Dari Pelayan ..	117
Tabel. IV.24 Hasil Penelitian Deskriptif Potongan Harga	118
Tabel. IV.25 Hasil Penelitian Deskriptif Terciptanya Hubungan Yang Baik	120

Tabel. IV.26 Rata-rata Penilaian Konsumen terhadap <i>Experiential Marketing</i>	121
Tabel. IV.27 Hasil Penelitian Deskriptif Ingin Berkunjung Kembali.....	123
Tabel. IV.28 Hasil Penelitian Deskriptif Menjadikan <i>Cafe</i> Sebagai Pilihan Utama.....	124
Tabel. IV.29 Hasil Penelitian Deskriptif Mempunyai Lini Produk Lain	125
Tabel. IV.30 Hasil Penelitian Deskriptif Bersedia Menikmati Produk Yang Ditawarkan	126
Tabel. IV.31 Hasil Penelitian Deskriptif Mengatakan Hal Positif.....	128
Tabel. IV.32 Hasil Penelitian Deskriptif Menyarankan Kepada Orang Lain	129
Tabel. IV.33 Hasil Penelitian Deskriptif Tidak Tertarik Dengan Tawaran Produk Lain.....	130
Tabel. IV.34 Hasil Penelitian Deskriptif Tidak Terpengaruh Keunggulan Produk Lain.....	132
Tabel. IV.35 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	133
Tabel. IV.36 Hasil Rekapitulasi Variabel Strategi Pemasaran, <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	134
Tabel. IV.37 Hasil Uji Validitas	136
Tabel. IV.38 Hasil Uji Reliabilitas	137
Tabel. IV.39 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S)	140

Tabel. IV.40 Hasil Uji Multikolonieritas	141
Tabel. IV.41 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	143
Tabel. IV.42 Hasil Uji Parsial (Uji T)	142
Tabel. IV.43 Hasil Uji F ANOVA	147
Tabel. IV.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar. II.1	Tingkat Tingkatan (Level) Produk	27
Gambar. II.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Harga	29
Gambar. II.3	Instrumen Bauran Promosi	32
Gambar. II.4	Tahap-Tahap Loyalitas	55
Gambar. II.5	Model Konseptual Hubungan Antara Strategi Pemasaran, dan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
Gambar. IV.1	Logo <i>Terash Mini Cafe</i> Sungailiat	85
Gambar. IV.2	Slogan <i>Terash Mini Cafe</i> Sungailiat	86
Gambar. IV.3	Struktur Organisasi <i>Terash Mini Cafe</i> Sungailiat	87
Gambar. IV.4	Indikator Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Gambar. IV.5	Indikator Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
Gambar. IV.6	Indikator Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Gambar. IV.7	Indikator Produk Berkualitas	93
Gambar. IV.8	Indikator Produk Banyak Jenis	94
Gambar. IV.9	Indikator Harga Sesuai.....	96
Gambar. IV.10	Indikator Harga Lebih Murah	97
Gambar. IV.11	Indikator Media Iklan.....	98

Gambar. IV.12 Indikator Tenaga Penjual	100
Gambar. IV.13 Indikator Lokasi Strategis	101
Gambar. IV.14 Indikator Lokasi Aman	102
Gambar. IV.15 Indikator Desain Interior	105
Gambar. IV.16 Indikator Kesejukan Ruangan	106
Gambar. IV.17 Indikator Cita Rasa Makanan dan Minuman	107
Gambar. IV.18 Indikator Aroma Makanan	108
Gambar. IV.19 Indikator Ketepatan Penyajian Makanan	110
Gambar. IV.20 Indikator Kecepatan Penyajian Makanan	111
Gambar. IV.21 Indikator Karyawan Ramah	112
Gambar. IV.22 Indikator Inovasi Menu	113
Gambar. IV.23 Indikator Ragam Menu	115
Gambar. IV.24 Indikator Tempat Berkumpul dan Bersantai	116
Gambar. IV.25 Indikator Perhatian Khusus Dari Pelayan	117
Gambar. IV.26 Indikator Potongan Harga	119
Gambar. IV.27 Indikator Terciptanya Hubungan Yang Baik	120
Gambar. IV.28 Indikator Ingin Berkunjung Kembali	123
Gambar. IV.29 Indikator Menjadikan <i>Cafe</i> Sebagai Pilihan Utama.....	124
Gambar. IV.30 Indikator Mempunyai Lini Produk Lain	125
Gambar. IV.31 Indikator Bersedia Menikmati Produk Yang Ditawarkan....	127
Gambar. IV.32 Indikator Mengatakan Hal Positif	128
Gambar. IV.33 Indikator Menyarankan Kepada Orang Lain	129
Gambar. IV.34 Indikator Tidak Tertarik Dengan Tawaran Produk Lain	131

Gambar. IV.35 Indikator Tidak Terpengaruh Keunggulan Produk Lain.....	132
Gambar. IV.36 Hasil Uji Normalitas Histogram	138
Gambar. IV.37 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	139
Gambar. IV.38 Hasil Uji Heteroskedastisitas	142



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Tabulasi Data Jawaban Responden
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Hasil Uji Normalitas
Lampiran VII	Hasil Uji Heterokedastisitas
Lampiran VIII	Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji T dan Multikolonieritas
Lampiran IX	Hasil Uji F
Lampiran X	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran XI	UPT Pusat Bahasa
Lampiran XII	Kartu Bimbingan
Lampiran XIII	Toefl
Lampiran XIV	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran XV	Foto-foto