

**MEMIKAT HATI PELANGGAN DENGAN KUALITAS
LAYANAN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* YANG TAK
TERLUPAKAN: STUDI PADA RESTORAN SATE RATU
YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Fransiscus Arif Pratama

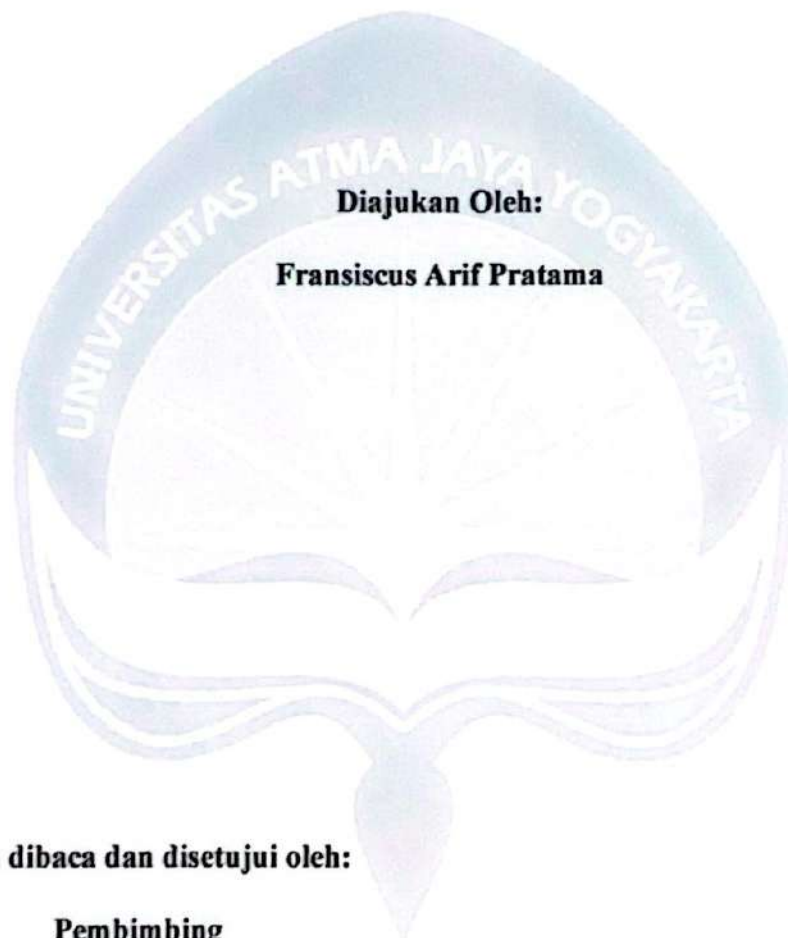
NPM: 200325361

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**MEMIKAT HATI PELANGGAN DENGAN KUALITAS LAYANAN DAN
EXPERIENTIAL MARKETING YANG TAK TERLUPAKAN: STUDI
PADA RESTORAN SATE RATU YOGYAKARTA**



Diajukan Oleh:

Fransiscus Arif Pratama

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Api Adyanhari', written over a horizontal line.

Api Adyanhari, S.A., M.B.A.

16 Desember 2024

SKRIPSI

**MEMIKAT HATI PELANGGAN DENGAN KUALITAS LAYANAN DAN
EXPERIENTIAL MARKETING YANG TAK TERLUPAKAN: STUDI
PADA RESTORAN SATE RATU YOGYAKARTA**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Fransiscus Arif Pratama

NPM: 20 03 25361

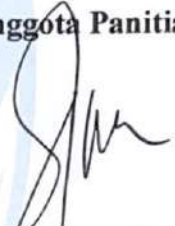
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Desember 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Api Adyantari, S.A., M.B.A.

**Yogyakarta, 16 Desember 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**


Wenefrida Mahestu Novlandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**MEMIKAT HATI PELANGGAN DENGAN KUALITAS LAYANAN DAN
EXPERIENTIAL MARKETING YANG TAK TERLUPAKAN: STUDI
PADA RESTORAN SATE RATU YOGYAKARTA**

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Segala pernyataan, ide, atau kutipan, baik langsung maupun tidak langsung yang berasal dari tulisan atau ide orang lain telah saya cantumkan secara tertulis dalam bagian daftar pustaka. Jika dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya bersedia mengembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 8 November 2024

Yang Menyatakan



Fransiscus Arif Pratama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk berkat dan karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dengan judul “Memikat Hati Pelanggan Dengan Kualitas Layanan Dan *Experiential Marketing* Yang Tak Terlupakan: Studi Pada Restoran Sate Ratu Yogyakarta” yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Santo Fransiscus yang selalu memberkati dan menjadi sumber pengharapan bagi penulis serta telah menyertai dan membimbing penulis dalam keadaan apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Orang tua dan saudari penulis, Bapak Lukas Jumiyo, Ibu Maria Sumarni, Kakak Eni, Kakak Wati serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan yang luar biasa, doa, cinta, semangat, dan kepercayaan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai tempat penulis dalam menempuh pendidikan serta memberikan wadah bagi penulis untuk berdinamika selama menjadi mahasiswa dengan mengajarkan nilai-nilai unggul, inklusif, integritas serta humanis.
4. Ibu Api Adyantari, S.A., M.B.A. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan baik serta telah menyediakan waktu, kesabaran, tenaga, pikiran, dan juga masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membantu penulis dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan pengabdian skripsi “Anak-Anak Bu Api”; Daniel, Vina, dan Yuan yang telah berjuang bersama, saling memberi *support*, berproses serta berdinamika selama penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman ABC 5 Dasar; El, Stefanus, Mike, Harlis, Vania, dan Yosa yang telah menemani penulis dalam proses dinamika selama kuliah dan tetap memberi dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Gfriend, Viviz, Twice, JKT48, Bernadya, Fabio Azher, dan Mahalini yang telah memberi inspirasi serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
9. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Fransiscus Arif Pratama yang telah bertahan dan berjuang selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih karena telah bertanggung jawab dalam menyelesaikan masa-masa kuliah dan skripsi ini dengan baik. “Jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain, yang jalan kaki juga bisa sampai tujuan dan yang berlari pun bisa terjatuh: Amsal 16:9”

Sekali lagi, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam memberi dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini, maka dari itu penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran dari berbagai pihak. Selanjutnya, penulis juga berharap agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 8 November 2024

Penulis,



Fransiscus Arif Pratama

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Batasan Masalah.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Restoran	12
2.1.2. Niat Berkunjung Kembali (NBK).....	13
2.1.3. Kualitas Layanan (KLN)	14
2.1.4. <i>Experiential Marketing</i> (EXM)	15
2.1.5. Citra Merek (CMK)	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali	23
2.3.2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali	24
2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek	25
2.3.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Citra Merek.....	26
2.3.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	27
2.3.6. Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	28
2.3.7. Citra Kembali Merek Memediasi Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali	28
2.4. Kerangka Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Lingkup Penelitian	31
3.1.1 Jenis Penelitian	31
3.1.2. Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	31
3.1.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3. Metode Pengumpulan Data	35
3.4. Definisi Operasional Penelitian.....	36

3.5. Pengukuran Data	38
3.6. Metode Analisis Data	40
3.6.1. Alat Analisis	40
3.6.2. Pengujian hipotesis	44
3.6.3. Pengujian Mediasi.....	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Pengantar	48
4.2. Analisis Profil Responden	48
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Satu Bulan.....	51
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	51
4.3. Analisis Deskriptif.....	52
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	52
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel Experiential Marketing	53
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	55
4.3.4. Analisis Deskriptif Variabel Niat Berkunjung Kembali.....	56
4.4. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	58
4.4.1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
4.4.2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.5. Pengujian Hipotesis	66
4.6. Pengujian Mediasi	70
4.7. Pembahasan Hipotesis	73
4.7.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	73
4.7.2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	74
4.7.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek.....	75
4.7.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Citra Merek.....	76
4.7.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	76
4.8. Pembahasan Pengaruh Mediasi	77
4.8.1. Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	77
4.8.2. Citra merek Memediasi Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	78
BAB V PENUTUP.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.1.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	80
5.1.2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	80
5.1.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek.....	81
5.1.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Citra Merek.....	81
5.1.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	81
5.1.6. Kesimpulan Dari Pengujian Mediasi	82
5.2. Implikasi Manajerial.....	82
5.3. Keterbatasan Penelitian	83
5.5. Saran Penelitian	84

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jenis-Jenis Restoran	12
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Definisi Operasional	36
Tabel 3.2. Saran dan Masukkan Uji Face Validity	38
Tabel 3.3. Tabel Skala Likert Tujuh Poin	39
Tabel 3.4. Tabel Nilai Interval Kelas	40
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter.....	48
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Satu Bulan	51
Tabel 4.7. Profil Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	52
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	54
Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Berkunjung Kembali.....	57
Tabel 4.12. <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4.13. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
Tabel 4.14. <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.15. <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	63
Tabel 4.16. <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.17. <i>R-Square Adjusted</i>	65
Tabel 4.18. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	66
Tabel 4.19. <i>Path Coefficient</i>	67
Tabel 4.20. <i>Specific Indirect Effect</i>	70
Tabel 4.21. Hasil Uji Citra Merek Memediasi Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali	72
Tabel 4.22. Hasil Uji Citra Merek Memediasi <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Restoran dan Rumah Makan DIY.....	2
Gambar 1.2. Destinasi Wisata Favorit Warga saat Libur Lebaran	3
Gambar 1.3. Struktur dan Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha (y-on-y) D.I. Yogyakarta Triwulan I-2024	4
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian	30
Gambar 3.1. Jalur Pengaruh Mediasi	45
Gambar 3.2. Pohon Keputusan Untuk Menetapkan dan Memahami Jenis-Jenis Mediasi dan Non-Mediasi	47
Gambar 4.1. Model Struktural	58
Gambar 4.2. <i>Outer Loading</i> (PLS Algorithm).....	59
Gambar 4.3. Model Konstruk (Bootstrapping)	66
Gambar 4.4. Peran Citra Merek Memediasi Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali	71
Gambar 4.5. Peran Citra Merek Memediasi <i>Experiential Marketing</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Data Profil Responden.....	97
Lampiran 3 Hasil Pengisian Kuesioner.....	110
Lampiran 4 Hasil Olah Data Smartpls 3	121
Lampiran 5 Jurnal Acuan Utama.....	127

**MEMIKAT HATI PELANGGAN DENGAN KUALITAS
LAYANAN DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* YANG TAK
TERLUPAKAN: STUDI PADA RESTORAN SATE RATU
YOGYAKARTA**

Fransiscus Arif Pratama

NPM: 200325361

Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengentahui pengaruh kualitas layanan dan *experiential marketing* terhadap niat berkunjung kembali yang dimediasi oleh citra merek pada Restoran Sate Ratu Yogyakarta. Proses penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* dengan jumlah responden yang terkumpul sebanyak 280, namun hanya 249 responden yang sesuai dengan kriteria. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS), dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, dengan kualitas layanan, *experiential marketing* dan citra merek memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat berkunjung kembali konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, *Experiential Marketing*, Citra Merek, Niat Berkunjung Kembali