

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP LOYALITAS *CUSTOMER PATIO COFFEE HUB* KOTA SURABAYA

SKRIPSI



OLEH :

DIMAS BAYU ARYA PUTRA

17012010287/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAWA TIMUR

2023

SKRIPSI

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN PRICE
FAIRNESS TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PATIO COFFEE HUB KOTA SURABAYA**

Oleh :

Dimas Bayu Arya Putra
17012010287 / FEB / EM


Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan


Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 30 Mei 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Dra.Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 1968010810989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

6 5 JUN 2023


Dr. Dra.Ec. Tri Kartika Pertiwi, m.Si, CRP.

NIP. 195908281990031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Bayu Arya Putra
NIM : 17012010287
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir.
Tesis/Desertasi : PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PATIO COFFEE HUB KOTA SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 5 Juni 2023

Yang Menyatakan


METERAL TEMPEL
EEDBAKX177106761
Dimas Bayu Arya Putra

SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *LOYALITAS CUSTOMER*
PATIO COFFEE HUB KOTA SURABAYA

Yang diajukan:

DIMAS BAYU ARYA PUTRA
17012010287/FEB/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing I



Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP.196801081989031001

Tanggal : 8 Mei 2023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PATIO COFFEE HUB KOTA SURABAYA”**.

Dalam proses penelitian dan penulisan proposal ini terdapat beberapa hambatan yang penulis alami. Akan tetapi, berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, pada akhirnya proposal ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koorprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanro S.E, M.M. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, motivasi nasehat-nasehat dan segala kontribusi selama penulis menyusun proposal ini.

5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas kepada penulis selama masa perkuliahan serta terima kasih kepada staff karyawan Program Studi Manajemen atas bantuannya kepada penulis selama mengurus administrasi perkuliahan.
6. Ayah, Mama dan Adik serta keluarga besar yang penulis sayangi, terima kasih telah memberikan dukungan berupa moril dan materiil dan tak lupa doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya kepada penulis.
7. Serta seluruh pihak yang terlibat dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bentuk bantuan yang diberikan.

Penulis berusaha membuat proposal ini dengan sebaik-baiknya serta percaya bahwa ini sebagai karya terbaik yang dapat penulis persembahkan selama perjalanan perkuliahan. Disisi lain penulis menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan di dalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Sehingga penulis meminta maaf sebesar-besarnya dan bersedia menerima kritik maupun saran yang dapat membangun penulis di kemudian hari. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua kalangan yang membacanya.

Surabaya, 28 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat penelitian.....	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 Manajemen Pemasaran	20
2.2.3 Pemasaran Jasa	22
2.2.4 Coffee Shop	23
2.2.5 <i>Experiental Marketing</i>	24
2.2.6 <i>Price Fairness</i>	26
2.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1 Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.2 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3 Kerangka Konseptual.....	32

2.4 Hipotesis	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Variabel Bebas	34
3.1.2 Variabel Terkait.....	35
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	36
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Metode Pengumpulann Data.....	39
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.4.1 Uji Validitas	40
3.4.2 Uji Reliabilitas	40
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	41
3.5.1 Teknik Analisis	41
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif	42
3.5.3 Cara Kerja PLS	44
3.5.4 Langkah-langkah PLS	45
3.5.4 Asumsi PLS	52
3.5.5 Ukuran Sampel	52
BAB IV.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Peneletian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Peneitian	54
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Experiental Marketing</i> (X1).....	57

4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Price Fairness</i> (X2).....	60
4.2.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Customer (Y).....	63
4.3 Analisis Data	66
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	66
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	68
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Loyalitas Customer.....	78
4.2.2 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Loyalitas Customer	79
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
LAMPIRAN	82
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar Netizen Mengenai Patio Coffe Hub	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 3. 1 Principal Factor (Reflective) Model	43
Gambar 3. 2 Jalur Partial Least Square	46
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square..	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar beberapa cafe di kota Surabaya	5
Tabel 1. 2 Data Penjualan Patio Coffee Hub Januari 2022 – Januari 2023	6
Tabel 1. 3 Data Harga Minuman Di Beberapa Coffee Shop Surabaya.....	11
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Experiental Marketing.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Jawab Responden Variabel Price Fairness.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Customer (Y).....	63
Tabel 4. 7 Residual Statistics	67
Tabel 4. 8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T Values).....	69
Tabel 4. 9 Cross Loading.....	71
Tabel 4. 10 Average Variance Extracted (AVE)	72
Tabel 4. 11 Composite Reliability	73
Tabel 4. 12 Latent Variable Correlations	74
Tabel 4. 13 R-Square	76
Tabel 4. 14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T Values, P Values).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	82
Lampiran 2 DESKRIPTIF DATA JAWABAN RESPONDEN.....	86
Lampiran 3 TABEL FREKUENSI DATA JAWABAN RESPONDEN	87
Lampiran 4 UJI OUTLIER.....	93
Lampiran 5 HASIL OLAH DATA PLS	94

ABSTRAKSI

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN PRICE
FAIRNESS TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PATIO COFFEE HUB KOTA SURABAYA**

Oleh :

DIMAS BAYU ARYA PUTRA
17012010287/FEB/EM

Abstraksi

Coffe shop adalah bisnis yang sedang tren di seluruh dunia karena perubahan gaya hidup masyarakat yang sibuk dan mencari tempat nyaman untuk bersantai atau bekerja. Salah satu coffee shop yang terletak di Surabaya adalah Patio Coffee Hub, Penjualan di Patio Coffee Hub fluktuatif karena persaingan yang ketat dalam bisnis cafe di Surabaya yang terus berkembang. Pelaku usaha harus beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat dan dinamis. *Experiential marketing* adalah strategi pemasaran yang memberikan pengalaman positif kepada konsumen, sedangkan *price fairness* adalah konsep mengenai adil atau tidaknya harga suatu produk atau layanan menurut konsumen.

Tujuan riset ini untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan *price fairness* terhadap loyalitas pelanggan di Patio Coffee Hub. Metode analisis data berupa analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berkontribusi terhadap loyalitas customer Patio Coffee Hub Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau baik *Experiential Marketing* maka semakin tinggi juga minat konsumen untuk melakukan *Loyalitas Customer*. *Price fairness* memberikan kontribusi terhadap loyalitas customer Patio Coffee Hub Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas produk Patio Coffee Hub Surabata akan menimbulkan minat konsumen untuk melakukan *Loyalitas Customer*.

Kata Kunci: Loyalitas pelanggan, *experiential marketing*, *price fairness*.