

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *EXPERIENTIAL*
MARKETING, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WARUNG KOPI DI BOJONEGORO**

SKRIPSI



OLEH:

DIMAS OKTORIO FADILLA
NPM. 20042010195

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *EXPERIENTIAL*
MARKETING, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN WARUNG KOPI DI BOJONEGORO**

Disusun Oleh :

DIMAS OKTORIO FADILLA

NPM. 20042010195

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catus Suratnoail, M. Si
NPI. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, EXPERIENTIAL MARKETING,
DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
WARUNG KOPI DI BOJONEGORO**

Disusun Oleh :


DIMAS OKTORIO FADILLA
NPM : 20042010195

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

1. Ketua


Dr. Jolok Dwiridotjahlon, M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris


Dra. Soni Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Oktorio Fadilla
NIM : 20042010195
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman produk, *Experiential Marketing*, dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Di Bojonegoro

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, 20 Mei 2023

Yang Menyatakan



(Dimas Oktorio Fadilla)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk, *Experiential marketing*, dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Di Bojonegoro”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. (Alm) Bapak Basuni selaku orang tua saya yang sudah meninggal ketika saya masih menempuh kuliah semester 5, Semoga Beliau bangga dengan perjuangan anaknya.

5. Ibu saya Suryani, serta kakak saya Anindia Nurul Cahyaningtia yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materiil, semangat dan doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Devina Zulia, Rafika Athiyah, Dammandtyo, selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan dan menemani selama proses penulisan skripsi.
7. Seluruh teman Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2020 selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis sendiri, pembaca dan semua pihak pada umumnya.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran.....	20
2.2.2 Keragaman Produk.....	21
2.2.3 <i>Experiential marketing</i>	24
2.2.4 <i>Service quality</i>	27
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	33

2.3 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3.1 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .	37
2.3.2 Pengaruh <i>Experiential marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.3 Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.4 Kerangka Berfikir	39
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.2.1 Definisi Operasional	45
3.2.2 Pengukuran Variabel	47
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel.....	49
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data	51
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1 Uji Validitas	52
3.5.2 Uji Reliabilitas	54
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.5.5 Uji Hipotesis	57

3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
3.6 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	65
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	65
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel – Variabel Penelitian	68
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	78
4.3.1 Uji Validitas	78
4.3.2 Uji Reliabilitas	80
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
4.4.1 Uji Normalitas	80
4.4.2 Uji Multikolinieritas	81
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
4.6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	85
4.6.1 Uji F (Uji Simultan)	85
4.6.2 Uji T (Uji Parsial)	87
4.8 Pembahasan.....	93
4.8.1 Pengaruh Secara Simultan Keragaman Produk, <i>Experiential marketing</i> , dan <i>Service quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	93
4.8.2 Pengaruh Keragaman Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.8.3 Pengaruh <i>Experiential marketing</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen	95

4.8.4 Pengaruh <i>Service quality</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen	96
4.9 Matriks Hasil Penelitian.....	98
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	59
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji t).....	61
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	83
Gambar 4.2 Kurva Uji t Variabel X1	89
Gambar 4.3 Kurva Uji t Variabel X2	91
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel X3	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Warung Kopi Yang Ada Di Bojonegoro	12
Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Warung Kopi Yang Sering Dikunjungi.....	67
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Keragaman Produk (X1).....	68
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Experiential marketing</i> (X2).....	70
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Service quality</i> (X3).....	73
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	86
Tabel 4.15 Hasil Uji t	88
Tabel 4.16 Matriks Hasil Penelitian.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden	114
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel X.....	118
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)...	125
Lampiran 5 Uji Validitas	130
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	134
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	136
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	137
Lampiran 10 Uji F (Simultan)	137
Lampiran 11 Uji t (Parsial).....	137

ABSTRAK

DIMAS OKTORIO FADILLA, 20042010195, Pengaruh Keragaman Produk, *Experiential Marketing*, Dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Di Bojonegoro

Era globalisasi yang ditandai oleh kemajuan teknologi, sektor bisnis telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berusaha untuk tetap bersaing dan mengoptimalkan profitabilitas mereka dengan menjaga dan memuaskan konsumen mereka. Bisnis warung kopi adalah jenis bisnis yang memiliki risiko besar dan karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan bisnis lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, *experiential marketing*, dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen warung kopi di Bojonegoro. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu penikmat kopi yang berlokasi di Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 151 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel non probability sampling serta teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk menganalisis data yang diuji dengan SPSS versi 25. Penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan keragaman produk, *experiential marketing*, dan *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial keragaman produk, *experiential marketing*, dan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Keragaman Produk, *Experiential Marketing*, *Service Quality*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

DIMAS OKTORIO FADILLA, 20042010195, *The Effect of Product Diversity, Experiential Marketing, and Service Quality on Consumer Satisfaction of Coffee Stalls in Bojonegoro*

In the era of globalization marked by technological advances, the business sector has experienced very significant growth. Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) strive to remain competitive and optimize their profitability by maintaining and satisfying their consumers. The coffee shop business is a type of business that has great risks and different characteristics compared to other businesses. This study was conducted to determine the effect of product diversity, experiential marketing, and service quality on consumer satisfaction of coffee shops in Bojonegoro. The type of research used is quantitative research. The population in this study were coffee lovers located in Bojonegoro Regency. This study used a sample of 151 respondents using non-probability sampling methods and sampling techniques, namely purposive sampling. Multiple linear regression analysis was applied to analyze the data tested with SPSS version 25. This study states that simultaneously product diversity, experiential marketing, and service quality affect customer satisfaction. Partially, product diversity, experiential marketing, and service quality have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords : *Product Diversity, Experiential Marketing, Service Quality, Consumer Satisfaction*