



UNIVERSITAS INDONESIA

SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN EKSPERENSIAL
(EXPERIENTIAL MARKETING) TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus: Hard Rock Café Jakarta)**

**KARTIKA AYU
0706212876**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS INDONESIA
JUNI, 2010

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana
Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Kartika Ayu

NPM : 0706212876

Tanda Tangan :

Tanggal : 9 Juli 2010



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kartika Ayu
NPM : 0706212876
Program Studi : Administrasi Niaga
Departemen : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH PEMASARAN EKSPERENSIAL (*EXPERIENTIAL MARKETING*)
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *HARD ROCK CAFÉ* JAKARTA**

Beserta perangkat yang ada jika diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok
Pada Tanggal: 9 Juli 2010
Yang Menyatakan

(Kartika Ayu)



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Kartika Ayu
NPM : 0706212876
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi :

PENGARUH PEMASARAN EKSPERENSIAL (*EXPERIENTIAL MARKETING*)
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *HARD ROCK CAFÉ* JAKARTA

Telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana Ekstensi
Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Indonesia, pada hari Selasa tanggal 29 Juni 2010 dan dinyatakan :

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,

Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI
NIP.130.353.794

Drs. Achmad Fauzi, ME
NIP.

Penguji Ahli,

Sekretaris Sidang,

Ixora Lundia, S.Sos. MS
NIP.

Dra. Febrina Rosinta, M.Si
NIP.

KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segenap puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan taufik dan inayah-Nya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan Allah kepada Rasul-Nya yang mulia, Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai upaya memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial pada Universitas Indonesia, dengan judul “Pengaruh Pemasaran Eksperensial (*Experiential Marketing*) Terhadap Loyalitas Konsumen *Hard Rock Café* Jakarta“. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Akhirnya, atas terselesaikan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril, spiritual dan materiil yang sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, MA., selaku Dekan FISIP UI.
2. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
3. Dra. Fibria Indriati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Sarjana Ekstensi FISIP UI
4. Drs. Achmad Fauzi, ME, selaku pembimbing saya. Terima kasih atas bimbingannya, arahan dan waktu bapak selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika FISIP UI yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan selama penulis menuntut ilmu di FISIP UI
6. Bpk Boyke Nafthali, selaku marketing manager *Hard Rock Cafe* Jakarta, terima kasih atas bantuan informasi tentang *Hard Rock Cafe* dan kesempatan yang diberikan untuk meneliti di *Hard Rock Cafe* Jakarta.
7. Mamah dan Ayah, setiap doa, semangat dan kasih sayang selalu menyertai penulis dalam setiap langkah mengarungi kehidupan.

8. Sahabat-sahabatku tercinta Rattu, Riri, Lita, Anti-Anda dan Ranie terima kasih buat semua bantuannya, dukungan dan tidak pernah lelah memberikan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman L4, Nisa, Sisi, Werry, Anggi, Putri, Mbak Mala, Mbak Nina dan Mbak Ningsih terima kasih telah mengisi hari-hari di kampus bersama.
10. Kiki, Ayunk, Donny terima kasih buat dukungannya yang tidak pernah lelah memberikan semangat kepada penulis.
11. Teman-teman satu bimbingan, Yeisha, Selvi, Ika dan Tya terima kasih selalu saling mengingatkan kekurangan satu sama lain. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis,

Kartika Ayu

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2Konstruksi Model Teoritis.....	10
2.3 Eksperiential Marketing.....	11
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	30
2.5 Operasional Konsep.....	32
2.6 Pendekatan Penelitian.....	33
2.7 Populasi dan Sampel.....	33
2.8 Metode Pengumpulan Data.....	34
2.9 Jenis-jenis Penelitian.....	35
2.10 Skala Pengukuran.....	36
2.11 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	37
2.12 Validitas dan Reliabilitas.....	38
2.13 Pengujian Asumsi Regresi Klasik.....	39
2.14 Analisis Regresi.....	41
2.15 Model Analisis.....	41

2.16 Hipotesis Penelitian.....	42
2.17 Batasan Penelitian.....	42
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	
3.1 Sejarah Singkat <i>Hard Rock Cafe</i> Jakarta.....	43
3.2 Manajemen <i>Hard Rock Cafe</i> Jakarta	44
3.3 Fasilitas dan Event-event.....	48
3.4 Keunggulan <i>Hard Rock Cafe</i> Jakarta	52
BAB IV ANALISIS PENELITIAN.....	52
4.1 Prestet.....	54
4.2 Uji Validitas.....	54
4.3 Uji Reliabilitas.....	57
4.4 Analisa Deskriptif.....	58
4.4.1 Karakteristik Responden.....	58
4.5 Analisa Mean (Nilai Rata-rata)	62
4.6 Uji Klasik.....	68
4.7 Analisis Regresi	70
4.8 Implikasi Manajerial.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Experience Provider (ExPros)</i>	20
Gambar 2.2 The Ultimate Goal of Experiential Marketing	26
Gambar 2.3 Model Analisis	41
Gambar 3.1 Hard Rock Cafe	45
Gambar 3.2 Hard Rock Cafe	46
Gambar 3.3 Rock Shop HRC.....	49
Gambar 3.4 Rock Shop HRC.....	49
Gambar 3.5 Rock Shop HRC.....	50
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	59
Gambar 4.2 Usia Responden.....	59
Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	60
Gambar 4.4 Profesi/pekerjaan Responden	61
Gambar 4.5 Rata-rata pengeluaran tiap bulan.....	61
Gambar 4.6 Daerah Responden.....	49
Gambar 4.7 Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.8 Uji Heteroskedasitas.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	25
Tabel 2.2	Kategori Loyalitas	28
Tabel 2.3	Operasional Konsep	32
Tabel 2.4	Tabel Pengukuran.....	37
Tabel 2.5	Analisi Deskriptif Mean.....	38
Tabel 4.1	Pengukuran KMO MSA, Barlett's Test of Sphericity dan Total Explained Tiap Dimensi Penelitian.....	55
Tabel 4.2	Validitas Indikator-indikator.....	56
Tabel 4.3	Ukuran Reliabilitas Penelitian.....	58
Tabel 4.4	Nilai mean pada dimensi Sense.....	62
Tabel 4.5	Nilai mean pada sub dimensi Feel	63
Tabel 4.6	Nilai mean pada sub dimensi Think.....	64
Tabel 4.7	Nilai mean pada sub dimensi Act.....	65
Tabel 4.8	Nilai mean pada sub dimensi Relate.....	66
Tabel 4.9	Nilai mean pada sub dimensi loyalitas pelanggan.....	67
Tabel 5.0	Variabel Entered/Removed.....	70
Tabel 5.1	Model Summary.....	71
Tabel 5.1.1	Tabel Korelasi <i>Pearson</i>	71
Tabel 5.2	Tabel Annova	72
Tabel 5.3	Tabel Koefisien	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Kuesioner Penelitian	82
Lampiran II : Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran III : Hasil Karakteristik Responden.....	102
Lampiran IV : Hasil Pengolahan Regresi.....	112
Lampiran V : Tabel Uji F.....	113
Lampiran VI : Tabel Uji T.....	117