

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP EXPERIENTIAL
MARKETING RESTORAN TOKO OEN SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



Disusun Oleh :

Nama : Hubertus Fabian Aldo Bianto

NIM : 14.D1.0105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hubertus Fabian Aldo Bianto

NIM : 14.D1.0105

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *EXPERIENTIAL MARKETING* PADA RESTORAN TOKO OEN SEMARANG” merupakan hasil penelitian saya dengan supervise dari dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat, Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian pernyataan saya ini tidak benar

Semarang, 18 Oktober 2018



Hubertus Fabian Aldo Bianto

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan skripsi dengan judul
**“ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP EXPERIENTIAL
MARKETING RESTORAN TOKO OEN SEMARANG”**

Yang disusun oleh

Nama : Hubertus Fabian Aldo Bianto

NIM : 14.D1.0105

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada hari Kamis 18 Oktober 2018 dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

(DR. Retno Yustini W, M.SI) (MG. Westri Kekalih S., SE., ME) (A. Haryo Perwito, SE., MA-TRM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Octavianus Digo Hartomo, M.SI., AKT

ii

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini dengan judul “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP EXPERIENTIAL MARKETING RESTORAN TOKO OEN SEMARANG”. Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih kepada :

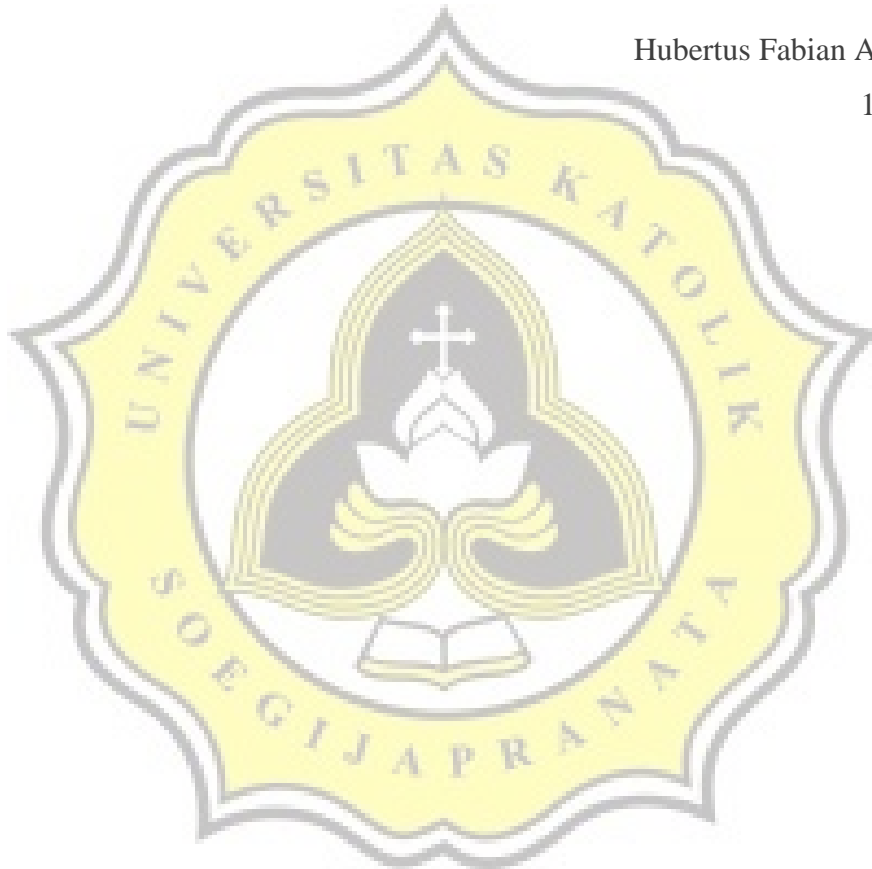
1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih dan karunia yang tiada habisnya.
2. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo, M.SI.,AKT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak A. Haryo Perwito,SE.,MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah memberi petunjuk dan saran beserta waktunya.
4. Ibu DR. Retno Yustini W, MSI dan ibu MG Westri Kekalih S.,SE,ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan memeberikan masukan yang bermanfaat untuk penulisan skripsi ini.
5. Bapak ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telak mendidik dan memberikan ilmu.
6. Orang tua dan kakak perempuan saya yang memberikan nasehat dan doa yang selalu menyertai saya.
7. Pemilik dan manajemen pengelola Restoran Toko Oen Semarang yang telah bersedia memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian hingga akhir.
8. Para responden yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk diwawancara.
9. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna maka kritik dan saran akan sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyempurnakan skripsi dan bagi penulis, pembaca serta untuk penelitian selanjutnya

Semarang, 18 Oktober 2018

Hubertus Fabian Aldo Bianto

14.D1.0105



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hubertus Fabian Aldo Bianto

NIM : 14.D1.0105

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *EXPERIENTIAL MARKETING* PADA RESTORAN TOKO OEN SEMARANG” merupakan hasil penelitian saya dengan supervise dari dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat, Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian pernyataan saya ini tidak benar

Semarang, 18 Oktober 2018



Hubertus Fabian Aldo Bianto

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP EXPERIENTIAL MARKETING RESTORAN TOKO OEN SEMARANG” bertujuan untuk mengetahui persepsi dari responden yaitu konsumen – konsumen dari Restoran Toko Oen Semarang dan kaitannya dengan keinginan untuk *revisit* atau *rebuy* menggunakan pendekatan *experiential marketing*. Populasi dalam penelitian kali ini adalah konsumen yang sedang (*dine in*) duduk di dalam Restoran Toko Oen Semarang. Untuk dapat mewakilinya diambil sample sebanyak dua puluh responden dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sample yaitu, para konsumen yang sedang (*dine in*) duduk, yang sudah dua kali atau lebih berkunjung dalam kurun satu tahun.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden dapat merasakan dan mempersepsikan upaya penerapan *experiential marketing* oleh pengelola Restoran Toko Oen Semarang. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa responden kembali ke Restoran Toko Oen Semarang karena adanya *experiential marketing* yang merka rasakan, terutama oleh menu yang dijual.

Kata Kunci : *experiential marketing*, *revisit* atau *rebuy*, persepsi

DAFTAR ISI

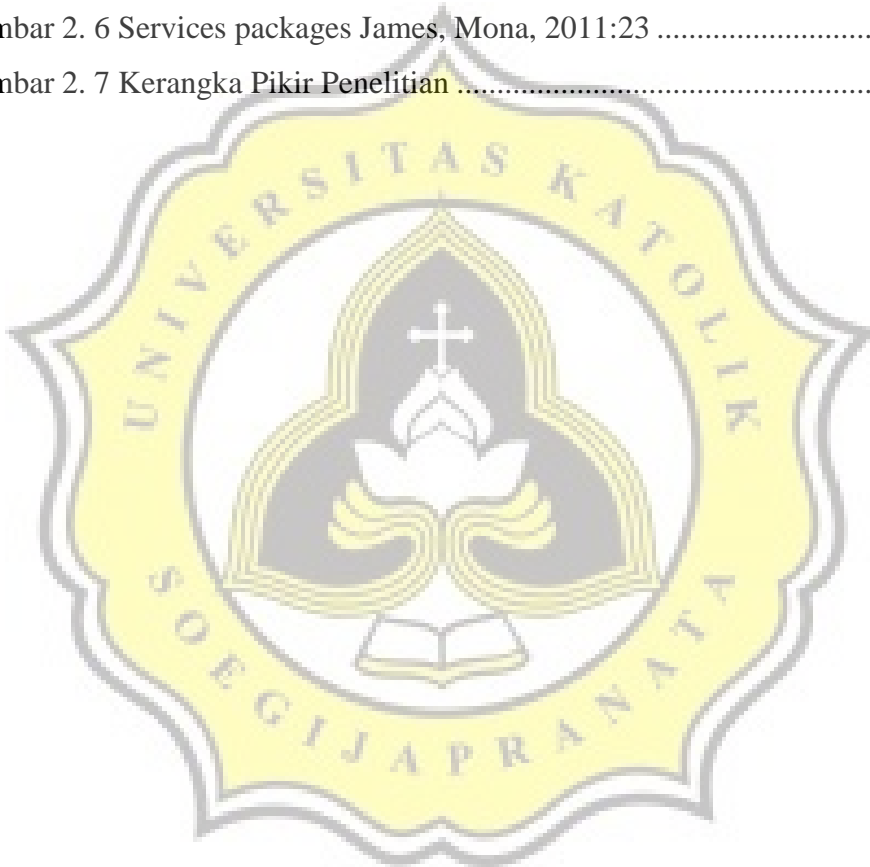
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
LANDASAN TEORI.....	5
2.1.1. Experiential Marketing	5
2.1.2. Konsumen.....	13
2.1.3. Persepsi Konsumen.....	19
2.1.4. Restoran	23
2.1.5. Rebuy / Revisit	29
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pikir.....	32
2.4. Definisi Operasional.....	32
METODE PENELITIAN.....	34

3.1.	Objek dan Lokasi Penelitian	34
3.2.	Populasi dan Sample	34
3.3.	Metode Pengumpulan dan Sumber Data	35
3.4.	Metode Analisis Data	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	37
4.2.	Deskripsi Proses Pengumpulan Data	37
4.3.	Struktur Analisis dan Pembahasan	38
4.4.	Pembahasan	39
4.5.	Pembahasan Keseluruhan	101
KESIMPULAN DAN SARAN		106
5.1.	Kesimpulan	106
5.2.	Saran	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN		112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 S-PSC Model of Sense. Schmitt, 1999 e-book:90	7
Gambar 2. 2 Type of Affect, Schmitt, e-book:99	9
Gambar 2. 3 Think Princilpe, Schmitt, 1999 e-book:177	10
Gambar 2. 4 The Relate Marketing, Schmitt, 1999 e-book:135	11
Gambar 2. 5 Kerangka aspektual perilaku konsumen, Paul, Olson, 1999:19.....	15
Gambar 2. 6 Services packages James, Mona, 2011:23	25
Gambar 2. 7 Kerangka Pikir Penelitian	32



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Usia Responden	39
Tabel 4. 2 Wilayah Tinggal Responden.....	40
Tabel 4. 3 Profesi dan Pengeluaran Bulanan Responden.....	41
Tabel 4. 4 Jumlah Kunjungan	43
Tabel 4. 5 Periode Kedatangan	43
Tabel 4. 6 Kebiasaan Berkunjung.....	44
Tabel 4. 7 Alasan Berkunjung	45
Tabel 4. 8 Produk Favorit	48
Tabel 4. 9 Persepsi Responden Mengenai Rasa.....	51
Tabel 4. 10 Persepsi Responden Mengenai Apa yang Didengarkan	54
Tabel 4. 11 Persepsi Responden Mengenai Penampilan Pramusaji	57
Tabel 4. 12 Persepsi Responden Mengenai Aroma	61
Tabel 4. 13 Persepsi Responden Mengenai Suhu Ruangan.....	63
Tabel 4. 14 Persepsi Responden Mengenai Pelayanan	66
Tabel 4. 15 Persepsi Responden Mengenai Kebersihan.....	69
Tabel 4. 16 Persepsi Responden Mengenai Kenyamanan	72
Tabel 4. 17 Persepsi Responden Mengenai Produk.....	76
Tabel 4. 18 Persepsi Responden Mengenai Mengenai Tempat	81
Tabel 4. 19 Persepsi Responden Mengenai Kenangan	86
Tabel 4. 20 Mengenai Mencari dan Mendapatkan Informasi	89
Tabel 4. 21 Menginformasikan	92
Tabel 4. 22 Hal yang Membuat Responden Untuk Berkunjung Kembali	96