

**PENGARUH ATMOSFER, NILAI YANG DIRASAKAN, *EXPERIENTIAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SOUTHBOX  
JAKARTA SELATAN**

**BAGUS PRASETYOKO**

**8215128213**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE INFLUENCE OF ATMOSPHERE, PERCEIVED VALUE,  
AND EXPERIENTIAL MARKETING TO CUSTOMER  
SATISFACTION OF SOUTHBOX SOUTH JAKARTA***

**BAGUS PRASETYOKO**

**8215128213**



*Thesis is Written as One of The Requirements for Getting a Bachelor Degree of  
Economics*

***STUDY PROGRAM S-1 MANAGEMENT***

***MARKETING CONCENTRATION***

***DEPARTMENT OF MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2017**

## ABSTRAK

Bagus Prasetyoko. Pengaruh Atmosfer, Nilai yang Dirasakan dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Restoran Southbox). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengetahui pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Southbox, (2) mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Southbox, (3) mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Southbox. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini yaitu 200 responden yang pernah makan minimal tiga kali dalam kurun waktu empat bulan terakhir dari waktu penelitian dilakukan. Teknis analisis data menggunakan SPSS versi 21 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian deskriptif menjelaskan bahwa masih terdapat kekurangan dari segi atmosfer, nilai yang dirasakan, dan *experiential marketing* yang menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya pengaruh dari atmosfer terhadap kepuasan konsumen, 2) adanya pengaruh dari nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen, 3) adanya pengaruh dari *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: atmosfer, nilai yang dirasakan, *experiential marketing*, dan kepuasan pelanggan.

## **ABSTRACT**

BAGUS PRASETYOKO. Pengaruh Atmosfer, Nilai yang Dirasakan dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Restoran Southbox). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2017.

*The purpose of this study was to: (1) to test empirically the influence of atmosphere toward customer satisfaction on customer restaurant Southbox, (2) to test empirically the influence of perceived value toward customer satisfaction on customer restaurant Southbox, (3) to test empirically the influence of experiential marketing toward customer satisfaction on customer restaurant Southbox. Methods of data collection using the survey method with instrument in the form of questionnaires. The object of this research was 200 respondents who have ever eat at least three times a period of four months from the time of the study. The data analysis tools using SPSS version 21 for processing and analyzing research data. The result of descriptive test shows that atmosphere, perceived value and experiential marketing of Southbox still less so that customer satisfaction also less. The hypothesis test shows: 1) there is the influence between atmosphere toward customer satisfaction, 2) there is the influence between perceived value toward customer satisfaction, 3) there is the influence between experiential marketing toward customer satisfaction.*


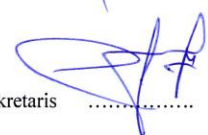



*Keywords: atmosphere, perceived value, experiential marketing, customer satisfaction.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRISPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		15 / 2017 08
2. <u>Agung Kresnamurti Rivai, P. S.T. M.M</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Sekretaris		10 / 2017 08
3. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Penguji Ahli		16 / 2017 08
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		14 / 2017 08
5. <u>Rahmi, SE, M.S.M</u> NIDK. 8807100016	Pembimbing II		15 / 2017 08

Tanggal Lulus: 09 Agustus 2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Bagus Prasetyoko

No. Reg. 8215128213

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Atmosfer, Nilai yang Dirasakan, dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Southbox”. Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membantu peneliti, terutama kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I atas kesediaannya dalam membimbing dan memberikan saran kepada peneliti.
2. Rahmi, S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam penulisan dan selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Andrian Haro, S.Si, M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si, ; Agung Kresnamurti Rivai. P, M.M., dan Dra. Basrah Saidani, M.Si, selaku ketua penguji dan dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan kepada peneliti.

7. Seluruh staff dan karyawan Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak membantu penulis selama menempuh kegiatan akademik di Universitas Negeri Jakarta.
8. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Ayahanda Hardjito dan Ibunda Harni selaku orang tua peneliti serta kedua kakak tercinta Prasetia Purnama Wati dan Ginanjar Prastyawan, yang telah melimpahkan segala perhatian, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang diberikan baik secara materil maupun non materil serta doa yang tiada hentinya dipanjatkan untuk peneliti selama ini.
9. Nanda Silvia dan Rika Imelda, *partner* skripsi pembimbing Pak Ferry yang telah bersama-sama berjuang dengan keras dalam menyelesaikan skripsi.
10. Abdul Abbaz, sahabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta selalu bersedia menemani peneliti kapanpun selama menyelesaikan skripsi.
11. David Yitzak Pattiruhu, *partner* seperjuangan yang selalu memberikan *support* dan informasi selama menyelesaikan skripsi.
12. Kristina Natalina, S.E., terimakasih atas *support* dan kebaikannya meminjamkan *notebook* kepada peneliti untuk mengerjakan skripsi ini selama laptop peneliti rusak.
13. Para sahabat terdahsyat Ali Afief Kurniadi, S.E., Anugrah Amar Ma'aruf, S.E, M. Arya Dirgantara, Rara Ningrum, S.E., Raymita Hendari, S.E., Rizka Desi Wulandari, S.E., Taufik Ade, S.E., Tri Putra Septianto, Wahyu



Ilahi, Wisnu Satrio Pambudi, S.E, dan Zaki Farodis, S.E. Terimakasih banyak atas bantuan dan kebaikan kalian karena sudah menjadi sahabat terbaik selama kuliah, selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

14. Teman-teman jurusan Manajemen Non Reguler A 2012 yang sama-sama berjuang, selalu memberikan semangat dan dukungan saat di dalam maupun di luar perkuliahan.
15. Ana, Anis, Avan, Azib, Budi, dan Tri yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Dengan segala keterbatasan dalam skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian berikutnya. Penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Februari 2017,

Penulis