

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY RICHEESE FACTORY KOJA
TRADE MALL (SURVEI PADA PELANGGAN RICHEESE
FACTORY KOJA TRADE MALL)**

HANIFAH

1702517030



Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON
RICHEESE FACTORY KOJA TRADE MALL CUSTOMER
LOYALTY (SURVEY ON RICHEESE FACTORY KOJA
TRADE MALL CUSTOMERS)**

HANIFAH

1702517030



**Research paper was written to fulfill one the requirements to get the title of
Ahli Madya at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY ECONOMY

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Hanifah, 2022; Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Richeese Factory Koja Trade Mall. Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) deskripsi dari *experiential marketing* dan *customer loyalty* pada Richeese Factory 2) pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* pada Richeese Factory. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner secara *online*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan pembeli produk Richeese Factory yang sudah datang dan membeli kembali sebanyak 5 kali . Sampel yang diambil sejumlah 120 responden. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskripsi dan analisis linier sederhana. serta menggunakan SPSS Versi 22 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*. *Customer Loyalty*. Richeese Factory.

ABSTRACT

Hanifah, 2022; The Influence Of Experiential Marketing On Richeese Factory Koja Trade Mall Customer Loyalty (Survey On Richeese Factory Koja Trade Mall Customers). Jakarta: Marketing Management Diploma Study Program. Faculty of Economics. Jakarta State University

The purpose of this research is to determine: 1) the description of experiential marketing and customer loyalty on Richeese Factory, 2) the influence of experiential marketing on customer loyalty on Richeese Factory. In the present study, online questionnaire was used as a research method. The sample of this study are the customer of Richeese Factory who had come and repurchased Richeese Factory products at the minimum of 5 times. The sample of this study consisted of 120 respondents. Data analysis method of this research uses descriptive statistical analysis and simple linear analysis, along with SPSS Version 22 to process the result of the research data. The result of this study explains that experiential marketing has an effect on customer loyalty.







Keywords: *Experiential Marketing. Customer Loyalty. Richeese Factory.*

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Prof. Dr. Ari Saptono, S.E, M.Pd
NIP 197207152001121001**



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001	 	Selasa, 23 Agustus 2022
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M NIP 8854660018	 	Selasa, 23 Agustus 2022
3	Dra. Sholikhah, M.M NIP 196206231990032001	 	Selasa, 23 Agustus 2022

Nama : Hanifah
No. Registrasi : 1702517030
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

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

Jakarta, 25 Agustus 2022



Hanifah

1702517030



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hanifah
NIM : 1702517030
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Richeese Factory Koja Trade Mall (Survei Pada Pelanggan Richeese Factory Koja Trade Mall)**" beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2022



Hanifah,

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul: Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* Richeese Factory Koja Trade Mall (Survei pada pelanggan Richeese Factory Koja Trade Mall). Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Berbagai motivasi, bimbingan, koreksi dan bantuan diterima penulis selama penelitian ini berlangsung. Tanpa adanya bantuan dan masukan dari banyak pihak, mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini khususnya kepada:

1. Dra. Solikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran dan dosen pembimbing.
2. Dr. Ari Saptono, S.E. M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Kedua orang tua saya serta keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada Penulis.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas seluruh

ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan.

5. Teman-teman DIII Manajemen Pemasaran A 2017 dan teman-teman Manajemen 2017.
6. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulis menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis tentu menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 10 Juni 2022

Hanifah