

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
KENTUCKY FRIED CHIKEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)**

YUSUF AJI KUSUMA

1702517028



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar
Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY IN KENTUCKY FRIED CHICKEN (CASE STUDY IN STUDENTS OF STATE UNIVERSITY OF JAKARTA)

YUSUF AJI KUSUMA

1702517028



This scientific work was written to arranged to meet one of the requirements to get the title of the Ahli Madya at Faculty Economics State University of Jakarta.

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

Yusuf aji kusuma; 1702517028. Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken. Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM.

Perkembangan bisnis di era sekarang sangat berkembang pesat mengikuti pertumbuhan ekonomi di berbagai bidang, yang mengakibatkan persaingan yang sangat ketat. Tiap perusahaan dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan dan cermat dalam strategi bersaingnya. Strategi marketing yang baik akan sangat membantu mengembangkan perusahaan mulai dari mendapat pelanggan yang loyal biasanya pelanggan berasal dari pelanggan yang mendapatkan pengalaman yang berkesan dan unik dalam proses pemakaian produk atau jasa sebuah perusahaan salah satu perusahaan yang memiliki banyak pelanggan loyal yaitu perusahaan Kentucky Fried Chicken. Oleh karena itu dalam studi ini membahas Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) deskripsi *experiential marketing*, 2) deskripsi loyalitas pelanggan, dan 3) pengaruh *experience marketing* terhadap loyalitas pelanggan di KFC. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner secara *online*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan pembeli produk KFC yang sudah datang dan membeli kembali sebanyak 3 kali. Sampel yang diambil adalah 100 responden. Subjek penelitian adalah untuk mengetahui produk KFC. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskripsi dan analisis linier sederhana. serta menggunakan SPSS Versi 25 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil penelitian mendisintensikan bahwa adanya pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*. Loyalitas Pelanggan. Kentucky Fried Chicken

ABSTRACT

Yusuf aji kusuma; 1702517028. Effect of Experiential Marketing on Customer Loyalty Kentucky Fried Chicken. Scientific Work, Jakarta: DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeti Jakarta. Supervisor: Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM.

The business development in today's world is growing rapidly following economic growth in various fields, resulting in very fierce competition. Every company is required to always be sensitive to changes and careful in its competitive strategy. A good marketing strategy will really help develop the company, starting from getting loyal customers, usually customers who get a memorable and unique experience in the process of using a product or service from a company to one company that has many loyal customers, namely the Kentucky Fried Chicken company. Therefore, this study discusses the effect of Experiential Marketing on Kentucky Fried Chicken Customer Loyalty.

This study aims to determine: 1) a description of experiential marketing, 2) a description of customer loyalty, and 3) the effect of experience marketing on customer loyalty at KFC. The method used in this research is an online questionnaire method. The sample in this study used KFC product buyers who had bought back third. The sample taken was 100 respondents. The research subject was to determine KFC products. The data analysis method used descriptive statistical analysis and simple linear analysis. and using SPSS Version 25 to process research data. The results of this study disintense that there is an effect of experiential marketing on customer loyalty.

Keywords: Experiential Marketing. Customer loyalty. Kentucy Fried Chicken


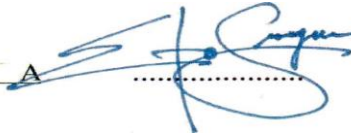

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Art Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Kenia Sidang)		25 Agustus 2020
2.	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E.M.B.</u> A NIP. 197201252002121002 (Penguji ANi)		25 Agustus 2020
3.	<u>Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM</u> NIP. 99110182019031014 (Dosen Pembimbing)		21 Agustus 2020

Nama : Yusuf aji kusuma
No. Registrasi : 1702517028
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 25 Agustus 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum 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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta. 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



C2AHF600614362
6000
TUJUH RIBURUPIAH

Yusuf Aji Kusuma
NIM. 1702517028

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yusuf Aji Kusuma
NIM : 1702517028
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 Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**" 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, 28 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Yusuf Aji Kusuma

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul: Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan di KFC (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, MM, Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Christian Wiradendi Wolor, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu dan telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan Karya Ilmiah.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, Mei 2020

Yusuf aji kusuma