

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EXPERIENTAL MARKETING*
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
KOBEBAR MIE SETAN MALANG**

SKRIPSI



Oleh

SITI NUR JANNAH

NIM : 10510061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2014**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EXPERIENTALMARKETING*
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
KOBEBAR MIE SETAN MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada :
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

SITI NUR JANNAH
NIM : 10510061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EXPERIENTAL* MARKETING
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN RUMAH
MAKAN KOBERBAR MIE SETAN MALANG**

SKRIPSI

Oleh

SITI NUR JANNAH
NIM : 10510061

Telah Disetujui 8 Januari 2014

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag
NIP 197112111999031003

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc.,M.Ei
NIP 197507072005011005

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EXPERIENTAL MARKETING*
DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
KOBERBAR MIE SETANG MALANG**

SKRIPSI

Oleh

SITI NUR JANNAH

NIM: 10510061

Telah dipertahankan di Depan Dewan Pengujian Dinyatakan Diterima Sebagai Salah
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua

M. FathurRozi, SE., MM

NIP 197601182009011003

:

()

2. Sekertaris/ Pembimbing

Dr. H. NurAsnawi, M. Ag

NIP 19712111999031003

:

()

3. Penguji Utama

Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag

NIP 19601151998031001

:

()

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. Ei

NIP 197507072005011005

SURAT PERNYATAAN

yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nur Jannah

Nim :10510061

Alamat :004/009 Payaman Solokuro Lamongan

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

IMPLEMENTASI STRATEGI *EXPERIENTAL MARKETING* DALAM
MENCiptAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KOBERBAR MIE SETAN
MALANG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa terpaksa dari siapapun.

Malang 8 Januari 2014
Hormat saya,

Siti Nur Jannah
NIM 10510061

PERSEMBAHAN

USAHA KU SAMPAI SAAT INI BELUM SEBANDING DENGAN KASIH SAYANG YANG DIBERIKAN KEPADA KEDUA ORANG TUAKU KEPADAKU.

SEBAGAI UCAPAN TERIMA KASIH DAN UNGKAPAN RASA SAYANG, CINTA DAN BAKTIKU,

AKU PERSEMBAHKANKARYA INI BUAT IBUNDAKU AMANAH DAN AYAHANDAKU KASTUR YANG SELALU MEMBERIKANKU MOTIVASI, DUKUNGAN DALAM BENTUK MATERIL, MAUPUN NON MATERIL, SEPERTI DO'AN YANG TULUS SERTA MEMBERIKU SEMANGAT HINGGA TERSELESAIKANYA TUGAS AKHIRKU.

DAN AKU UCAPKAN TRIMAKASIH KEPADA ADIKKU TERCINTA ARIF YANG SENANTIASA MEMBERIKAN DUKUNGAN SEMANGAT DAN DO'A.

TERIMA KASIH JUGA KEPADA SEGENAP KELUARGAKU YANG TANPA HENTINYA MEMBERIKAN NASIHAT DAN DO'A.

MOTTO

MIMPILAH TENTANG APA YANG KAMU INGIN IMPIKAN, PERGILAH KE TEMPAT KAMU INGIN PERGI, JADILAH SEPerti YANG KAMU INGINKAN, KARENA HANYA SATU KEHIDUPAN DAN SATU KESEMPATAN.

SUKSES ITU TIDAK ADA RUMUSNYA, JADILAH YANG TERBAIK DIMANAPUN KAMU BERADA (Mr. Holand)

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, RUMAH MAKAN KOBERBAR MIE SETAN MALANG menerangkan bahwa:

Nama : Siti Nur Jannah
Nim : 10510061
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen Minat Pemasaran
Kampus : Universitas Islam Negeri Mulana Malik Ibrahim Malang
Alamat institusi : Jl. Bromo No.1 Malang
Alamat Rumah : 004/009 Payaman Solokuro Lamongan

Talah mengadakan penelitian (pengambil data) dalam rangka penyusunan skripsi di Rumah Makan Koberbar Mie Setan Malang dengan judul:

Implementasi Strategi *Experiental Marketing* dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan Pada Koberbar Mie Setan Malang.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya:

Malang 27 Desember 2013

Rumah Makan Koberbar Mie Setann Malang

Gemmi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanyalah kepada Allah SWT, zat yang telah melimpahkan nikmat dan karunia kepada kita semua, khususnya kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **Implementasi Strategi *Experiential Marketing* dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan Pada Koberbar Mie Setan Malang.**

Shalawat serta salam tetap tercurah atas junjungan nabi besar kita Muhammad Rasulullah SAW, yang selalu kita jadikan tauladan dalam segala aspek kehidupan kita, juga segenap kepada keluarga, parasahabat serta umat beliau hingga akhir zaman.

Penyusun skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan sebagai wujud serta partisipasi peneliti dalam mengembangkan ilmu-ilmu yang telah peneliti peroleh dibangku kuliah.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu perkenankan peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, Msi, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Bapak Dr. H. Salim Al-Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc.,Mi.Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Nur Asnawi. M,Ag selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan menggerakkan peneliti dalam menyusun skripsi.
5. Bapak Gemmi selaku manajer Rumah Makan Koberbar Mie Setan Malang yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam melakukan penelitian sampai selesai.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Kedua orangtuaku Bapak Kastur dan Ibu Amanah yang telah memberikan motivasi dan kasih sayang, doanya serta segala pengorbanan baik moril maupun materil dalam mendidik serta mengiringi perjalanan peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Kepada adikku Arif yang telah memberikan doa dan semangat sampai terselesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada sahabat terbaik Juhaini Hamdan yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang tiada henti selama penelitian berlangsung sampai penyusunan skripsi ini selesai.
10. Terimakasih kepada segenap bapak-ibuguru, yang sudah mendidikku sampai saat ini, sampai aku bisa melanjutkan pendidikan dijenjang perguruan tinggi.

11. Terimakasih teman–teman Fakultas Ekonomi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang terutama Jurusan Manajemen angkatan 2010.
12. Kepada teman-teman kontrakan Acil, Irma, Kazun dan Suci yang senantiasa menemaniku menyelesaikan skripsi.
13. Kepada teman dekatku Sasmita Nurvinda yang sudah membantu mengerjakan skripsi serta member motivasi.
14. Kepada teman-teman Pondok Pesantren Al-Ishlah Paciran Lamongan yang telah memberikan motivasi-motivasi terbaik khususnya untuk teman-teman angkatan SMP 2007 dan MA 2010.
15. Terimakasih kepada karyawan Koberbar Mie Setan Malang, om Mario, om Aria dan kawan-kawan.
16. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah dengan tulus membantu penyusunan skripsi.

Dan akhirnya skripsi ini telah selesai disusun, tetapi masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan dan perbaikan karya ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta bagi pengembangan keilmuan dibidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran terutama di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dengan mengharap ridlo dari Allah SWT penulis panjatkan doa dan harapan mudah-mudahan segala amal bakti semua pihak mendapatkan balasan dan semoga taufiq dan hidayah senantiasa dilimpahkan. amin

Malang 6 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
SURAT DARI INSTANSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DARTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis.....	12
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	12
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	13
2.2.3 <i>Experiential Marketing</i>	17
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.3 Data dan Jenis Data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Model dan Analisis Data.....	38
BAB IV :PAPARAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Koberbar.....	40
4.1.2 Sejarah Singkat Koberbar.....	41
4.1.3 Tantangan Awal dan Langkah Awal memulai bisnis Koberbar.....	42
4.1.4 Struktur Organisasi Koberbar.....	43
4.1.5 Lokasi Koberbar.....	44
4.1.6 Produk Koberbar.....	44
4.2 Analisis Pembahasan Data Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 <i>Sense</i> (Panca Indra).....	47

	4.2.2 <i>feel</i> (Perasaan).....	52
	4.2.3 <i>Think</i> (Pola Fikir).....	55
	4.2.4 <i>Act</i> (Gaya Hidup).....	68
	4.2.5 <i>Relate</i> (Hubungan).....	61
	4.2.6 Implikasi Keberlangsungan Rumah Makan.....	73
BAB V	:PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	67
	5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Panduan Wawancara Manajer
- Lampiran 2: Panduan Wawancara *Supervisor*
- Lampiran 3: Panduan Wawancara Pelanggan
- Lampiran 4: Panduan Observasi
- Lampiran 5: Rekapitulasi Bimbingan

ABSTRAK

Jannah, Siti Nur 2014 SKRIPSI. Judul: “Implementasi Strategi *Experiental Marketing* dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan pada Koberbar Mie Setan Malang “

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Kata kunci : *Experiental Marketing*, LoyalitasPelanggan.

Pada zaman sekarang ini dunia usaha semakin ketat, dengan adanya perusahaan-perusahaan baru yang muncul dan semakin inovatif. Pelaku bisnis akan dituntut untuk mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap setiap perubahan yang terjadi dipasar sebagai upaya mempertahankan pelanggan. Mencari strategi untuk mempertahankan pelanggan yang memberikan pengalaman unik kepada pelanggan dikenal dengan *experiental marketing*. Strategi ini merujuk pada pelanggan nyata konsumen terhadap *brand*, produk dan *service*. *Experiental marketing* mempunyai lima aspek yaitu *sense* (panca indra), *feel* (perasaan), *think* (pola fikir), *act* (kebiasaan) dan *relate* (hubungan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi *experiental marketing* dalam menciptakan loyalitas pelanggan pada Koberbar Mie Setan Malang dan untuk mengetahui implikasi strategi *experiental marketing* pada Koberbar Mie Setan Malang.

Penelitian ini dilakukan di Koberbar Mie Setan Malang di Jl. Bromo No. 1 Malang, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data-data yang berhubungan dengan penelitian ini didapat melalui observasi secara langsung dan tidak langsung, wawancara dengan informan terkait dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bawa Koberbar Mie Setan menerapkan strategi *experiental marketing* melalui lima aspek yaitu: *sense*, *feel*, *think* *act* dan *relate* dalam menciptakan loyalitas pelanggan, *sense* diterapkan melalui desain interior ruangan yang menarik, kebersihan ruangan dan rasa makanan dan minuman yang unik. *Feel* diterapkan melauai pelayanan (keramahan) yang diciptakan karyawan dan kualitas makanan. *Think* diterapkan melalui proses pembelian yang unik dan lokasi yang strategis. *Act* diterapkan melalui jenis0jenis menu yang ditawarkan dan interaksi karyawan dengan pelanggan. *relate* diterabkan melalui kontak langsung karyawan dengan pelanggan dan hubungan baik yang diciptakan. Manfaat yang dirasakan Koberbar Mie Setan Malang pada penerapan strategi *experiental marketing* berdampak positif yaitu adanya loyalitas pelangga. Adanya jumlah pengunjung yang semakin bertambah serta bertambahnya cabang di dalam maupun diluar kota.

ABSTRACT

Jannah, Siti Nur Thesis 2014. Title: "Implementation Strategy *Experiential Marketing* in Creating Customer Loyalty in Koberbar Mie Satan Malang "

Supervisor: Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Keywords: Experiential Marketing, Customer Loyalty

In today's business world is getting tougher, with new companies emerging and increasingly innovative. Business person will be required to have a high sensitivity to any changes that occur in the market as an effort to retain customers. Finding strategies to retain customers who provide a unique pengalaman to customers is known as *experiential marketing*. Strategy refers consumers to the *brand real customers, products and services*. *Experiential marketing* has five aspects: *sense* (senses), *feel* (feeling), *think* (thought pattern), *act* (kebiasaan) and *relate* (relationship). This study aims to determine how the implementation of *experiential marketing* strategy in creating customer loyalty in Koberbar Mie Satan Malang and to know the implications of *experiential marketing* strategy on Koberbar Satan Mie Malang.

This research was conducted in Koberbar Mie Setan Malang Devils on Jl. No. Bromo. 1 Malang, using qualitative research methods. The data associated with this research obtained through direct observation and indirect, associated informant interviews and documentation.

The results showed Mie Satan brought Koberbar implement *experiential marketing* strategies through five aspects: *sense, feel, think act* and *relate* in creating customer loyalty, *sense* applied through an attractive interior design, cleanliness of the room and the taste of food and beverages are unique. *Feel* applied through service (hospitality) which created the employee and the quality of food. *Think* applied through the process of purchasing a unique and strategic location. *jenisOjenis Act* applied through the menu offered and employee interaction with customers. *relate* diterabkan through direct contact with the customer and employee relationships are created . Perceived benefits Koberbar Satan Mie Malang on the application of *experiential marketing* strategy that is the impact positif any customer loyalty. The existence of the end of the growing number and increasing branches inside and outside the city.

الملخص

حنة، ستي نور الرسالة عام 2014. عنوان: "تنفيذ استراتيجية تجريبات التسويق في خلق ولاء العملاء في كوبربار مكرونة الشيطان بمالانج"

المشرف: د. الحاج. نور اسناوى، M.Ag

الكلمات الرئيسية: تجريبات التسويق، خلق ولاء العملاء.

في عالم الأعمال اليوم هو الحصول على أكثر صرامة، مع الشركات الناشئة الجديدة والمبتكرة على نحو متزايد. وسوف تكون هناك حاجة رجل الأعمال لديها حساسية عالية لأية تغييرات التي تحدث في السوق على أنها محاولة للاحتفاظ العملاء. إيجاد استراتيجيات للاحتفاظ العملاء الذين يقدمون على خبرة فريدة من نوعها للعملاء كما هو معروف تسويقية. 'ق استراتيجية يشير المستهلكين لهذه العلامة التجارية الحقيقية للعملاء، والمنتجات والخدمات. تسويقية لديها خمسة جوانب: بمعنى (الحواس)، ويشعر (الشعور)، والتفكير (نمط التفكير)، والعمل (العرفية) وتتصل (العلاقة). تهدف هذه الدراسة لتحديد كيفية تنفيذ استراتيجية تسويقية في خلق ولاء العملاء في كوبربار مكرونة الشيطان بمالانج ومعرفة الآثار المترتبة على استراتيجية تسويقية على كوبربار مكرونة الشيطان بمالانج. أجري هذا البحث في كوبربار مكرونة الشيطان بمالانج. رقم برومو. 1 مالانج، وذلك باستخدام أساليب البحث النوعي. البيانات المرتبطة بهذه البحوث التي تم الحصول عليها من خلال الملاحظة المباشرة وغير المباشرة المرتبطة مخبر المقابلات والوثائق.

أظهرت النتائج جلبت كوبربار مكرونة تنفيذ استراتيجيات تسويقية من خلال خمسة جوانب: الشعور، ويشعر، والتفكير الفعل وتتعلق في خلق ولاء العملاء، والشعور تطبيقها من خلال التصميم الداخلي جذابة، نظافة الغرفة وطعم المواد الغذائية والمشروبات هي فريدة من نوعها يشعر تطبيقها من خلال خدمة (الضيافة) الذي أنشأ الموظف ونوعية الطعام. فكر تطبيقها من خلال عملية شراء موقع فريد واستراتيجي من الأنواع. قانون يطبق من خلال القائمة المقدمة والتفاعل الموظف مع العملاء. تتصل مفرق من خلال الاتصال المباشر مع العملاء وعلاقات الموظف يتم إنشاؤها. الفوائد المتصورة كوبربار مكرونة الشيطان بمالانج على تطبيق استراتيجية تسويقية وهذا هو الأثر الأکید أي ولاء العملاء. وجود نهاية للعدد المتزايد وزيادة فروع داخل المدينة وخارجها.