



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel* di *Miss Bee Providore Restaurant & Café Bandung*

Skripsi

Oleh

Kevin Tanu

2014320032

Bandung

2019



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kevin Tanu
Nomor Pokok : 2014320032
Judul : Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Repurchase intention dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening Variabel di Miss Bee Providore Restaurant & Café.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 16 Januari 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D : _____

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. : _____

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kevin Tanu

NPM : 2014320032

Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Repurchase intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel* di Miss Bee Providore Restaurant & Café.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung,

Kevin Tanu

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai *Intervening* Variabel di Miss Bee Providore *Restaurant & Café*” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan karena doa, bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua khususnya Ibu dan adik karena selalu memberikan semangat, motivasi, dan selalu menjadi tempat bersandar dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membagi ilmu, memberi arahan, meluangkan sangat banyak waktu dan memberikan dukungan penuh selama pengerjaan skripsi ini.
3. Miss Bee Providore Restaurant dan Café yang bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan informasi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku

ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Bapak Sanerya Hendrawan, Phd. selaku dosen wali.

5. Adzhar Rizalin, Yusuf Lucky, Sherly Octaviani, Handy, Cindyani Indrajati, Abdurahman Bilal, Louis Fernando, Hery, Alvie, Darien, Cindy, Ivan, Victor Yonathan yang selalu mengisi hari-hari baik dan buruk semasa perkuliahan dari semester 1 hingga akhir.
6. Seluruh teman-teman di UNPAR dan FISIP UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk semua kenangan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam makalah ini, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Bandung, 12 April 2018

Penulis

ABSTRAK

Nama : Kevin Tanu
Program studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel*

Penelitian ini dilakukan pada Miss Bee Providore *Restaurant & Café* dimana Miss Bee Providore *Restaurant & Café* adalah salah satu rumah makan dengan kategori Eropa dan *Café* terbaik di Kota Bandung.

Adapun seputar masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Experiential Marketing*, *Customer Satisfaction*, dan *Repurchase Intention*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara *Experiential Marketing* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel*.

Jenis Penelitian yang dipilih adalah penelitian kuantitatif. Survei dipilih menjadi metode dalam pengumpulan data. Data empirik untuk penelitian didapatkan dari 200 responden yang pernah berkunjung ke Miss Bee Providore *Restaurant & Café*. Metode analisis data yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* menggunakan *Software SmartPLS V.2.0.M3*.

Kesimpulan yang didapatkan adalah adanya pengaruh yang signifikan dari *Experiential Marketing* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel*.

Kata kunci : *experiential marketing*, *Customer Satisfaction*, *repurchase intention*

ABSTRACT

Nama : Kevin Tanu
Program studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel*.

This research was conducted on Miss Bee Providore Restaurant & Café where Miss Bee Providore Restaurant & Café is one of the best Restaurant with European and Café style in Bandung.

As for the issues studied in this research is Experiential Marketing, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention.

The purpose of this research is to know how much influence between Experiential Marketing to Repurchase Intention through Customer Satisfaction as Intervening Variable.

Quantitative research design was selected for this research. Survey method was used for data collection. Empirical data was gathered from 200 respondents who had recently visited Miss Bee Providore Restaurant & Café. Data analysis method used to process data in this research is Structural Equation Modeling using SmartPLS V.2.0.M3 Software.

The conclusion about this research, there is a significant influence of Experiential Marketing on Repurchase Intention through Customer Satisfaction as Intervening Variable.

Keywords : experiential marketing, Customer Satisfaction, repurchase intention

DAFTAR ISI

Pernyataan	i
Kata Pengantar	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	14
2.1. <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.1. Definisi <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.2. Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	19
2.1.3. Pengukuran <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2. <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.2.1. Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.2.2. Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.1.1. Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.2. <i>Repurchase Intention</i>	40
2.2.1. Definisi <i>Repurchase Intention</i>	40
2.2.2. Manfaat <i>Repurchase Intention</i>	41
2.2.3. Pengukuran <i>Repurchase Intention</i>	42
2.3. Penelitian Terdahulu.....	45
2.4. Model Penelitian	54
2.5. Hipotesis	55
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	57
3.1. Jenis Penelitian	57
3.1.1. Populasi dan Sampling	57
3.1.2. Teknik Sampling	59

3.2. Metode Penelitian	59
3.3. Operasionalisasi Variabel	60
3.4. Skala Pengukuran.....	64
3.5. Analisis Data	64
3.5.1. <i>Crosstabs</i>	66
3.5.2. <i>Structural Equation Modelling</i>	66
3.5.3. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	68
3.5.4. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	74
4.1. Sejarah Singkat Miss Bee Providore.....	74
4.2. Jam Operasional.....	75
4.3. Daftar Menu.....	75
4.4. Foto Lokasi.....	86
BAB 5 HASIL PENELITIAN.....	91
5.1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	91
5.1.1. Analisis Deskriptif <i>variabel Experiential Marketing</i>	91
5.1.2. Analisis Deskriptif <i>variabel Customer Satisfaction</i>	99
5.1.3. Analisis Deskriptif <i>variabel Customer Repurchase Intention</i>	100
5.2. Analisis Profil Responden	101
5.2.1. <i>Crosstabs Experiential Marketing</i>	102
5.2.2. <i>Crosstabs Customer Satisfaction</i>	104
5.2.3. <i>Crosstabs Repurchase Intention</i>	105
5.3. Pengujian dan Analisis Data.....	106
5.3.1. Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	108
5.3.2. Evaluasi Inner Model (Model Struktural)	115
5.3.3. Pengujian Hipotesis.....	117
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
6.1. Kesimpulan.....	120
6.2. Saran.....	120
Daftar Pustaka	122
A. Lampiran	126
A.1 Kuesioner.....	126

A.2 HASIL OUTPUT	129
A.2.1 Legenda	129
A.2.3 Lampiran Output PLS.....	131
A.3 Hasil Kuisiner:	137
A.4 Foto Menu:	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah <i>Restaurant</i> dan Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2008-2014	1
Tabel 1.2 Kategori dan Jumlah <i>Restaurant</i> di Kota Bandung	2
Tabel 1.3 Rata-Rata Harga Makanan dan Minuman di <i>Restaurant</i> yang Mengusung Konsep <i>Café</i> di Kota Bandung	4
Tabel 1.4 Peringkat <i>Restaurant</i> Di Kota Bandung.....	5
Tabel 1.5 Ulasan <i>Customer</i> terhadap Miss Bee Providore Bandung pada TripAdvisor.....	6
Tabel 1.6 Ulasan <i>Customer</i> terhadap Miss Bee Providore Bandung pada TripAdvisor.....	7
Table 1.7 Rata-Rata Volume Penjualan Miss Bee Providore	10
Tabel 2.1 Pengukuran Variabel <i>Experiential Marketing</i> menurut Kanopaite (2005:107)	21
Tabel 2.2 Pengukuran Variabel <i>Experiential Marketing</i> menurut Schmitt (1999); Nadiri and Gunay (2013) dalam Araci et al (2017:9)	22
Tabel 2.3 Pengukuran Variabel <i>Experiential Marketing</i> menurut Menurut Tseng and Lan (2009:13).....	24
Tabel 2.4 Indikator <i>Experiential Marketing</i> yang Dipilih	26
Tabel 2.5 Indikator <i>Experiential Marketing</i> yang Tidak Dipilih	30
Tabel 2.6 Pengukuran Variabel <i>Customer Satisfaction</i> menurut Kanopaite (2005:107) ..	36
Tabel 2.7 Pengukuran variabel <i>Customer Satisfaction</i> menurut Wang et al (2004) dalam Araci et al (2017:9)	37
Tabel 2.8 Pengukuran variabel <i>Customer Satisfaction</i> menurut Tseng and Lan (2009:13)	37
Tabel 2.9 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> yang Dipilih	38
Tabel 2.10 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> yang Tidak Dipilih	39
Tabel 2.11 Pengukuran Variabel <i>Repurchase Intention</i> Menurut Kanopaite (2005:107).	43
Tabel 2.12 Pengukuran Variabel <i>Repurchase Intention</i> Menurut Zeithaml et al (1996); Gremler and Gwinner (2000) dalam Araci et al (2017:9).....	43
Tabel 2.13 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i> yang Dipilih	44
Tabel 3.1 Ukuran Sample Minimal untuk <i>structural equation modelling</i> (SEM)	58
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	61
Tabel 3.3 Skala Pengukuran	64
Tabel 3.4 Interval Kelas Kategori.....	65
Tabel 4.1 Jam Operasional Miss Bee Providore Bandung.....	75
Tabel 4.2 Daftar Menu Makanan Miss Bee Providore	75
Tabel 4.3 Daftar Menu Minuman di Miss Bee Providore Bandung	82

Tabel 5.1 Skor Tanggapan pada Dimensi Sense (Indra).....	92
Tabel 5.2 Skor Tanggapan pada Dimensi <i>FEEL</i> (Perasaan).....	93
Tabel 5.3 Skor Tanggapan pada Dimensi <i>THINK</i> (Pikiran)	94
Tabel 5.4 Skor Tanggapan pada Dimensi <i>ACT</i> (Aksi).....	95
Tabel 5.5 Skor Tanggapan pada Dimensi <i>RELATE</i> (Hubungan).....	95
Tabel 5.6 Skor Tanggapan pada variabel <i>Experiential Marketing</i>	97
Tabel 5.7 Skor Tanggapan pada variabel <i>Customer Satisfaction</i>	99
Tabel 5.8 Skor Tanggapan pada variabel <i>Customer Repurchase Intention</i>	100
Tabel 5.9 Profil Gender Responden.....	101
Tabel 5.10 Profil Usia Responden	101
Tabel 5.11 <i>Crostabs</i> variabel <i>Experiential Marketing</i>	103
Tabel 5.12 <i>Crostabs</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	104
Tabel 5.13 <i>Crostabs</i> variabel <i>Repurchase Intention</i>	105
Tabel 5.14 Hasil Evaluasi <i>Convergent Validity</i> (<i>Outer Loadings</i> , t hitung dan <i>AVE / Communaliti</i>).....	108
Tabel 5.15 Hasil Evaluasi <i>Convergent Validity</i> yang baru (<i>Outer Loadings</i> , t hitung dan <i>AVE / Communaliti</i>)	111
Tabel 5.16 Cross Loading	112
Tabel 5.17 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	115
Tabel 5.18 Evaluasi <i>Inner Model</i>	116
Tabel 5.19 Hasil <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	117
Tabel 5.20 Hasil Pengujian Hipotesis	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1 Model Penelitian	54
Gambar 3-1 Model Struktural Penelitian	71
Gambar 4-1 Foto Smoking Area Miss Bee	86
Gambar 4-2 Foto Lokasi Parkir Miss Bee	86
Gambar 4-3 Contoh Plating Desert di Miss Bee	87
Gambar 4-4 Contoh Plating Main Course di Miss Bee.....	88
Gambar 4-5 Contoh Dekorasi di Miss Bee	89
Gambar 4-6 Parkir Motor Di Miss Bee.....	90
Gambar 5-1 Model Awal Perhitungan dari <i>Partial Least Square (PLS)</i>	107
Gambar 5-2 Model Perhitungan dari <i>Partial Least Square (PLS)</i> Setelah Dikeluarkannya Dimensi yang Tidak Valid.....	110

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kuliner dewasa ini semakin pesat perkembangannya di Indonesia. Mulai dari kuliner dengan harga menengah kebawah sampai dengan kuliner dengan harga premium. Hal ini dapat dibuktikan dengan data dari data PDB nasional Indonesia yang memperlihatkan pada tahun 2016 industri makanan dan minuman memiliki kontribusi terbesar terhadap PDB nasional yaitu sebesar 5,5% (Sutriyanto, tribunnnews). Data lain yang menunjukkan perkembangan industri kuliner di Indonesia adalah data dari Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Bekraf RI) yang mencatat bahwa kuliner berkontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif yang berjumlah sebesar Rp 922 triliun pada tahun 2016. Jumlah ini merupakan yang tertinggi dibandingkan 16 sektor lain di Bekraf RI (Andreas Lukas Altobeli, Kompas).

Sementara itu industri kuliner di Kota Bandung juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah rumah makan semakin bertambah banyak.

Tabel 1.1
Jumlah *Restaurant* dan Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2008-2014

No	Tahun	Jumlah <i>Restaurant</i> dan Rumah Makan	Persentase Kenaikan
1	2008	415	2,89
2	2009	431	3,85

Lanjutan Tabel 1.1			
3	2010	439	1,85
4	2011	512	16,62
5	2012	543	6,05
6	2013	629	15,83
7	2014	653	3,81

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2014

Dari data pada Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah *restaurant* dan rumah makan di Kota Bandung semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan perkembangan industry kuliner yang semakin pesat di Kota Bandung maka pada tahun 2015 Bandung ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner oleh Kementerian Pariwisata (Herlambang Septiawan, destinasiBandung).

Dengan semakin tingginya konsumsi masyarakat akan rumah makan maka industry rumah makan yang mengusung konsep *café* dan *restaurant* Eropa juga semakin menjamur di Kota Bandung. Berikut adalah data dari dinas kebudayaan dan pariwisata di kota Bandung mengenai jumlah dan kategori *restaurant* di Kota Bandung.

Tabel 1.2
Kategori dan Jumlah *Restaurant* di Kota Bandung

No	Kategori	Jumlah
1	<i>Restaurant</i> Sunda	74
2	<i>Restaurant</i> Indonesia	179
3	<i>Restaurant</i> Asia	80
4	<i>Restaurant</i> Eropa & <i>Café</i>	225
5	<i>Restaurant</i> Siap Saji	32
Total		590

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung 2013

Dari Tabel 1.2 bisa disimpulkan bahwa jumlah *restaurant* dengan kategori Eropa dan Café berada di urutan teratas. Mayoritas rumah makan dengan kategori Eropa dan Café ini menawarkan makanan dengan harga di atas 50.000 rupiah. Selain itu yang diunggulkan dari Mayoritas rumah makan dengan kategori Eropa dan Café ini adalah tempatnya yang nyaman, cocok untuk tempat berkumpul anak muda dan juga memiliki *wi-fi* untuk akses internet bagi para *customernya* (Nourma Vidya, zetizen).

Salah satu dari banyaknya rumah makan dengan kategori Eropa dan Café yang ada di Bandung adalah Miss Bee Providore. Miss Bee Providore sendiri adalah sebuah *restaurant* yang berada di Jalan Rancabentang No. 11A, Cimbuleuit, Kota Bandung. Miss Bee Providore merupakan restaurant dengan konsep *cozy*, *hommy* dan *hangout place*. Selain itu yang menjadi keunggulan dari Miss Bee Providore adalah desain interior dan eksterior nya yang membuat pengalaman menarik bagi *customernya*. Miss Bee Providore sendiri merupakan salah satu restaurant dengan konsep café pertama di Bandung karena sudah berdiri sejak tahun 2014.

Salah satu hal yang menarik dari Miss Bee Providore adalah Miss Bee Providore menawarkan makanan dengan harga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya tetapi memiliki jumlah menu makanan yang sangat beragam jika dibandingkan dengan pesaingnya.

Tabel 1.3
Rata-Rata Harga Makanan dan Minuman di *Restaurant* yang Mengusung
Konsep *Café* di Kota Bandung

No	Nama <i>Restaurant</i>	Rata-Rata Harga Makanan	Jumlah Total Menu Makanan	Rata-Rata harga Minuman	Jumlah Total Menu Minuman
1.	Miss Bee Providore	54.125	146	34.130	72
2.	Kalpa Tree	48.250	60	22.273	45
3.	Wild Grass	54.378	66	24.623	40
4.	Saka Bistro and Bar	43.750	65	25.250	50
5.	Nanys Pavilion	56.215	62	28.125	35
6.	Skyline	40.210	68	20.120	30
7.	The Ladder 88	43.250	55	25.215	33
8.	Hummingbird	53.250	125	32.125	70

Sumber : Analisis Penulis dari Harga Daftar Menu

Dari Tabel 1.3 di atas dapat disimpulkan bahwa dari segi harga Miss Bee Providore memiliki peringkat harga ke-3 termahal dari 8 *café* yang dijadikan sampel yaitu memiliki harga dibawah Wild Grass dan juga Nannys Pavilion tetapi keberagaman jumlah menu makanan dan minuman di Miss Bee Providore jauh lebih beragam dibandingkan kedua *café* tersebut yaitu lebih beragam 84 menu makanan dibandingkan Nanys Pavilion dan juga lebih beragam 80 menu makanan jika dibandingkan dengan Wild Grass. Ke 8 *café* ini dipilih karena berada di dalam 200 besar peringkat *restaurant* terbaik menurut *TripAdvisor*.

Miss Bee Providore juga mendapat peringkat nomor 8 dari 2.207 *restaurant* di Kota Bandung yang terdaftar di *TripAdvisor*. Selain itu dari 8 *restaurant* terbaik versi *TripAdvisor* di Kota Bandung, Miss Bee Providore adalah satu-satunya *restaurant* yang mengusung konsep *café*. Berikut adalah Tabel peringkat *restaurant* di Kota Bandung menurut *TripAdvisor*.

Tabel 1.4
Peringkat *Restaurant* Di Kota Bandung

Peringkat	Nama	Jumlah Ulasan	Tipe <i>Restaurant</i>
1.	Street Grill & Friends	259	Resto Grandtjokro Hotel
2.	The Restaurant –PadmaHotel	760	Resto Padma Hotel
3.	The Restaurant At Trans Luxury Hotel	71	Resto Trans Luxury Hotel
4.	Fresco Restaurant	132	Resto Hilton Hotel
5.	Purnawarman Restaurant	159	Resto Hilton Hotel
6.	<i>Restaurant Feast</i>	124	Resto Sheraton Hotel
7.	Atmosphere Resort	449	Resto Eropa
8.	Miss Bee Providore	568	Café
9.	Iga Bakar Si Jangkung	154	Resto Indonesia
10.	Dapur Dahapati	293	Resto indonesia

Sumber : www.TripAdvisor.co.id

Dari Tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa dari 10 besar *restaurant* terbaik di Kota Bandung versi *TripAdvisor*, hanya Miss Bee Providore saja yang merupakan *restaurant* bertipe *Café*.

Walaupun memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing dengan menu seragam, hal ini tidak membuat Miss Bee Providore mendapatkan review yang buruk dari *customer*. Hal ini dapat dibuktikan dari penilaian *TripAdvisor* yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.5
Ulasan *Customer* terhadap Miss Bee Providore Bandung pada *TripAdvisor*

Ulasan	Jumlah
Luar Biasa	192
Sangat Bagus	286
Rata-Rata	68
Buruk	14
Sangat Buruk	8

Sumber : www.TripAdvisor.co.id

Dari Tabel 1.5 dapat disimpulkan bahwa mayoritas *customer* puas dengan pelayanan dan hidangan yang diberikan oleh Miss Bee Providore Bandung. Sebanyak 33,8% *customer* memberikan nilai luar biasa dalam penilaian kualitas pelayanan dan hidangan Miss Bee Providore. 50,3% memberikan nilai sangat bagus dalam penilaian kualitas pelayanan dan hidangan Miss Bee Providore. 11,97% memberikan nilai rata-rata dalam penilaian kualitas pelayanan dan hidangan Miss Bee Providore dan hanya 1,4% *customer* yang memberikan penilaian sangat buruk dan 2,46 % *customer* yang memberikan penilaian buruk bagi Miss Bee Providore.

Untuk mengetahui alasan penilaian yang diberikan *customer*, maka penulis membuat sebuah Tabel sebagai berikut.

Tabel 1.6
Ulasan *Customer* terhadap Miss Bee Providore Bandung pada TripAdvisor

Penilaian	Nama/ID	Alasan
Luar Biasa	1. Putri Y	Goodfood good place ,tempatnya unik dan enak banget buat nongkrong bareng temen.
	2. Clavio A.	Tempatnya enak bgt..suasananya enak..jauh dri polusi..nyaman buat anak2..mas2nya sama mba2 nya ramah bgt..service nya exselent deh...makanannya jga puas bgt..sesuai dengan dugaan...pasti bakalan kesini lagi...
	3. Prissilliafuzi	Awal nya bingung bgt nyari tempat buat bday surprise suami, yg ramah buat keluarga terutama anak2, setelah sekian lama kepo2 sana sini , terpilih lah miss bee , ga nyesel deh selain pelayanan nya ramah , makanan nya enak,tempat nya cozy abis.. bisa dekor tempat pula.. mission complete thankyou miss be ❤️☐
Sangat Bagus	1. Kevarzan	Tempatnya bagus, desain interiornya unik dan pas buat foto foto. Menunya juga enak dengan porsi yang besar, ada tempat bermain anak. Menu variatif dan harga relatif mahal.
	2. MikaelYonatan25	Tempatnya bagus, cocok untuk datang berdua sama pasangan, makanannya juga oke, recommended buat kalian semua, harga cocok sama tempatnya

	3. Fransisca T	Makanan dan tempatnya enakkkkkkk!! Akan datang lagi pasti.. apalagi sore gt.. ada kelinci di halaman.. buat anak2 ada playgroundnya..
Rata-Rata	1. Mayallbahar	menu makanan variatif harga standar western food tempat yang nyaman untuk keluarga .. cuma klo week end penuh tempat waiting list
	2. Arsal S	- tempatnya nyaman dan luas. ada play ground buat anak-anak (posisinya didepan dan di belakang restaurant. ada perosotan, ayunan, dll) - kalau weekend selalu penuh. - makanan rasanya biasa saja
	3. Finda21	Saya dan suami berkunjung ke restoran ini di siang hari jam makan siang. Dan mengantri untuk 20 antrian lagi. Saya memesan pizza dan spaghetti, rasanya enak. Tempatnya menyenangkan. Yang menurut saya kurang enak harganya yang over price. itu saja.
Buruk	1. Maya M	dtg kesini pas lg bulan puasa padahal,, jam makan siang sih, tapi waiting list nya panjang beneer, menu nya sama dgn hummingbird cuma modifikasi dikit harga lbh mahal sdit, parkirannya sama mungil nya, taste makanannya biasa aja,,
	2. Thalita S	Tempat lucu makanan standar
	3. najwamustafa	Ga sebanding dengan ngantrinya
Sangat Buruk	1. Mudofir H	<i>So so cafe. It has a little space for kids to play. The cafe's ambience just like an ordinary</i>

		<i>cafe, nothing outstanding. The menu is just like usual cafe. The queue is too long because the cafe has only a few staff to serve.</i>
	2. Merlion121	long waiting time
	3. Yogie A	The waiters and waitresses were not very helpful and slow. The place itself is very good surrounded by trees.

Sumber : www.TripAdvisor.co.id dan diolah oleh penulis.

Dari Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa ketiga *customer* yang memberikan penilaian luar biasa untuk Miss Bee Providore memiliki alasan bahwa Miss Bee Providore memiliki tempat yang nyaman, suasana yang ramah, tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu, pengalaman yang didapat serta service juga makanan yang baik. Untuk ketiga *customer* yang memberikan nilai sangat bagus memiliki alasan tempat dan desain interior yang unik dan menarik untuk berfoto, pengalaman yang didapat, makanan yang enak, menu yang variatif, ada tempat bermain untuk anak. Tetapi ada salah satu *customer* yaitu Kevarzan yang menyoroti harga yang relatif mahal. Untuk *customer* yang memberikan nilai rata-rata alasan mereka adalah menu makanan variatif, tempat menyenangkan dan ada tempat bermain untuk anak, tetapi rasa makanan relatif standard an harga yang terlalu mahal. Untuk *customer* yang memberikan nilai buruk dan sangat buruk hanya memberikan satu alasan yang sama yaitu waiting list dan antrean yang terlalu lama. Hal menarik yang bisa ditarik adalah bahwa seluruh *customer* yang memberikan penilaian rata-rata, sangat bagus dan luar biasa lebih menyoroti

pengalaman yang mereka dapat selama di Miss Bee dibandingkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan.

Peneliti mengobservasi lebih jauh tentang Miss Bee Providore dimana peneliti melakukan serangkaian wawancara mengenai rata rata volume dan penjualan Miss Bee Providore dengan pegawai terkait yang menghasilkan informasi berikut ini.

Table 1.7
Rata-Rata Volume Penjualan Miss Bee Providore

Per Hari		Per Bulan	
Volume	Dalam Rupiah	Volume	Dalam Rupiah
266 Menu	Rp 13,500,000	7980 Menu	Rp 405,000,000.

Sumber: Hasil Wawancara dan diolah oleh peneliti.

Dari Tabel 1.7 dapat disimpulkan bahwa Miss Bee Providore mampu menjual rata-rata sebanyak 266 menu perharinya dengan taksiran pendapatan sebesar Rp 13,500,000 yang mana dalam sebulannya Miss Bee Providore menjual rata-rata hampir 8000 Menu dengan nilai Rp 405,000,000 dan jika dikalikan setahun sebesar Rp 5,000,000,000 atau jauh lebih besar sebesar 900 % dari rata-rata pendapatan restoran pertahun di kota bandung pada umumnya yakni sebesar Rp 500,000,000 (Cecep wijaya, Pikiran Rakyat)

Dari penjabaran data-data pada Tabel 1.1 sampai dengan Tabel 1.6 maka penulis memutuskan untuk memilih Miss Bee Providore sebagai objek penelitian karena :

1. Miss Bee Providore memiliki rata-rata harga peringkat ke-3 termahal dan ke-1 pada variasi menu dibandingkan 8 Café sejenis dengan peringkat 200 keatas pada *TripAdvisor*
2. Memiliki 84,1% jumlah *customer* yang memberikan penilaian luar biasa dan sangat bagus pada *TripAdvisor* walaupun memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan pesaing.
3. Merupakan Peringkat pertama di *TripAdvisor* untuk *restaurant* berkonsep Café di Kota Bandung
4. Miss Bee tetap bisa bersaing dengan para pendatang baru di industri *restaurant* berkonsep café walaupun telah menginjak usia yang ke-5 dibuktikan dengan tetap menjadi peringkat pertama di *TripAdvisor* untuk *restaurant* berkonsep Café di Kota Bandung
5. Mayoritas *customer* memberikan review luar biasa untuk Miss Bee karena pengalaman yang mereka dapat bukan rasa dari makanan yang ditawarkan.
6. Miss Bee Providore memiliki volume penjualan per tahun 900 % lebih besar dari pada rata-rata pendapatan restoran di Kota Bandung sebesar Rp 500,000,000 per tahun.

1.2. Identifikasi Masalah

Miss Bee Providore memiliki fenomena menarik yaitu memiliki harga yang relatif tinggi yang mana namun volume penjualan pun terbilang sangat tinggi, dibuktikan dengan penjualan yang melampaui rata-rata restoran lainnya

sebesar 900 % dimana pada hal ini termasuk pada variabel *Repurchase Intention* Selain itu fenomena menarik lainnya adalah setelah 5 tahun berdiri, Miss Bee tetap bisa mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada customer sehingga tetap menjadi Café dengan peringkat pertama di TripAdvisor serta memiliki tingkat kepuasan customer diatas 80% yang membuktikan Miss Bee mampu mempertahankan angka *Customer Satisfaction* yang konsisten. Fenomena menarik lainnya adalah walaupun memiliki bisnis induk berupa restaurant tetapi customer Miss Bee Providore yang puas lebih menyoroti suasana,tempat dari Miss Bee Providore serta pengalaman yang mereka rasakan selama menghabiskan waktu di Miss Bee Providore dimana hal tersebut masuk pada variabel *Experiential Marketing*.

Dari penjelasan ini maka peneliti memilih variabel *experiential marketing*, *customer satisfaction* dan *repurchase intention* sebagai variabel yang akan digunakan pada penelitian ini.

Judul penelitian yang dipilih oleh penulis adalah “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Repurchase Intention* melalui Customer Satisfication sebagai Variabel *Intervening*.”

Pertanyaan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap *repurchase intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* pada Miss Bee Providore *Restaurant & Café*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *repurchase intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening Variabel* pada Miss Bee Providore *Restaurant & Café*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Miss Bee Providore *Restaurant & Café* :

- 1) Memberi masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi bersaing.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *repurchase intention* melalui *customer Satisfaction*, sehingga manajemen dapat membuat strategi untuk meningkatkan *customer satisfaction* yang akan berimbas pada *customer repurchase intention*.

2. Manfaat bagi Peneliti

- 1) Sebagai masukan pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh *experiential marketing terhadap customer repurchase intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening variabel*.

3. Manfaat Bagi Akademis

- 1) Memberikan referensi yang berguna tentang *experiential marketing, customer satisfaction* dan *customer repurchase intention*.