



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN INTERIOR, KUALITAS
PELAYANAN, *EMOTIONAL BRANDING*, DAN *EXPERINTAL*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA *SIDJI COFFEE KUDUS***

Skripsi ini merupakan perwujudan penyelesaian dari tugas akhir, serta persyaratan
untuk menyelesaikan pendidikan pada jenjang strata satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :

TIFFANI PUTRI HERFANDA

201711345

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022/2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN INTERIOR, KUALITAS
PELAYANAN, *EMOTIONAL BRANDING*, DAN *EXPERINTAL*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA *SIDJI COFFEE* KUDUS**

Skripsi ini merupakan perwujudan penyelesaian dari tugas akhir, serta persyaratan
untuk menyelesaikan pendidikan pada jenjang strata satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :

TIFFANI PUTRI HERFANDA

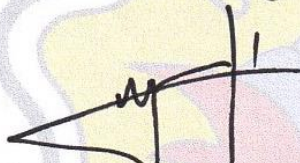
201711345

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022/2023**

PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN INTERIOR, KUALITAS
PELAYANAN, *EMOTIONAL BRANDING*, DAN *EXPERINTAL*
***MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**
PADA *SIDJI COFFEE* KUDUS

Skripsi ini telah disetujui dan dipertanggung jawabkan dihadapan tim penguji
ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

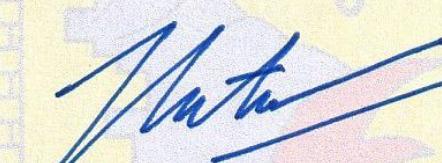
Dosen Pembimbing I



Dr. Drs. H. Joko Utomo., MM

NIDN. 0625076401

Dosen Pembimbing II



H. H. Rusdianto., S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

NIDN. 0619108502

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari., S.E., MM

NIDN. 0628048702

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN INTERIOR, KUALITAS PELAYANAN, *EMOTIONAL BRANDING*, DAN *EXPERINTAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *SIDJI COFFEE KUDUS*

Skripsi ini telah disetujui dan dipertanggung jawabkan dihadapan tim penguji ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I

Nurul Rizka Arumsari., S.E., MM

Dr. Drs. H Joko Utomo., MM

NIDN. 0628048702

NIDN. 0625076401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis

Dosen Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.,

Hutomo Rusdianto., S.E., MBA., AWM., QWM., CBA

NIDN. 0616077304

NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, -Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.” (QS. Al Insyirah: 5-6)

Persembahan :

Saya akan mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah, dan dipermudahkannya jalan saya dalam segala urusan, hingga dapat menyelesaikan skripsi yang termasuk sebagai tugas akhir perkuliahan dengan baik dan lancar.
2. Untuk Ibu saya tercinta, yang senantiasa mendo'akan saya dan memberikan semangat, juga dukungan yang luar biasa.
3. Mas, Adik dan saudara yang saya sayangi, senantiasa memberikan semangat kepada saya
4. Untuk Mister Valerie dan Istri, juga keluarga besar Sidji *Coffee*, yang selalu memberikan semangat, dorongan, masukan, juga motivasi yang luar biasa.
5. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Interior, Kualitas Pelayanan, *Emotional Branding*, *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen pada Sidji Coffee Kudus”** ini berjalan sangat lancar. Penyusunan skripsi ini di buat untuk menyelesaikan syarat dari tugas akhir akademis dalam memperoleh gelar strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus. Berhasilnya penelitian ini tentu saja tidak akan terlepas dari peran rekan – rekan yang telah mendukung dan memotivasi. Oleh sebab itu, penulis akan menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir.Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. H. Joko Utomo., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah bersedia untuk memberikan bimbingan, nasihat dan juga konsultasi.

5. Hutomo Rusdianto S.E., MBA., AWM., QWM., CBV., selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah bersedia untuk membimbing, memberikan saran juga konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua jajaran dosen juga staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Keluarga besar saya, khususnya ibu saya yang selalu memberikan *support* dan senantiasa mendo'akan saya.
8. Penyemangat saya yang tak bosan untuk memberikan saya motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Mister Valerie dan Istri, juga seluruh Crew Sidji *Coffee* yang membantu memberikan inspirasi, motivasi juga turut serta membantu kelancaran dari penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini memang jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat menerima adanya kritikan dan saran dari berbagai pihak. Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan kepada para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, Desember 2022

Penulis,

Tiffani Putri Herfanda

201711345

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN INTERIOR, KUALITAS PELAYANAN, *EMOTIONAL BRANDING*, DAN *EXPERIMENTAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *SIDJI COFFEE KUDUS*

Tiffani Putri Herfanda

201711345

Pembimbing 1 : Dr. Drs. H Joko Utomo., M.M

Pembimbing 2 : Hutomo Rusdianto S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Abstrak

Persaingan ketat yang meningkat pesat dalam industri *coffee shop* di setiap tahunnya. Dengan banyaknya minat konsumen yang terus meningkat membuat para pelaku usaha tertarik untuk terjun ke industri bisnis yang termasuk pada kategori *food and beverage*. Persaingan ketat yang tercipta membuat para pelaku usaha semakin berlomba – lomba untuk menyusun strategi dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini mengambil populasi sample sebanyak 162 konsumen dan penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari hasil kuesioner. Untuk ujiannya sendiri yang digunakan adalah uji validitas, analisis regresi dan uji hipotesis. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah, kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Desain interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Emotional branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Desain Interior, Kualitas Pelayanan, *Emotional Branding*, *Experiential Marketing*, dan Loyalitas Konsumen

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, DESIGN INTERIOR, SERVICE QUALITY, EMOTIONAL BRANDING, AND EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY IN SIDJI COFFEE KUDUS

Tiffani Putri Herfanda

2017-11-345

Adviser 1 : Dr. Drs. H Joko Utomo., M.M

Adviser 2 : Hutomo Rusdianto S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

UNIVERSITY MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

Abstract

Intense competition is increasing rapidly in the coffee shop industry every year. With the increasing number of consumer interests, business actors are interested in entering the business industry which is included in the food and beverage category. The tight competition created makes business actors increasingly competing to develop strategies to attract consumers' interest. This study took a sample population of 162 consumers and this study used primary data taken from the results of the questionnaire. For the test itself, the validity test, regression analysis and hypothesis testing are used. The conclusion of this study is that product quality has a negative and insignificant effect on consumer loyalty. Interior design has a positive and significant effect on consumer loyalty. Service quality has a positive but not significant effect on consumer loyalty. Emotional branding has a positive and significant effect on consumer loyalty. Experiential marketing has a positive and significant effect on consumer loyalty

Keywords: Product Quality, Design Interior, Service Quality, Emotional Branding, Experiential Marketing, and Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstrak.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	9
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kualitas Produk	12
2.2. Desain Interior	14
2.3. Kualitas Pelayanan.....	18
2.4. <i>Emotional Branding</i>	21
2.5. <i>Experiental Marketing</i>	22
2.6. Loyalitas Konsumen	25
2.7. Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.8. Penelitian Terdahulu	36
2.9. Kerangka Pikir Teoritis	39
2.10. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Variabel Penelitian.....	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	46
3.4. Populasi dan Sampel	47

3.5.	Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.7.	Analisis Data	55
3.8.	Analisis Regresi	58
3.9.	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV PEMBAHASAN		61
4.1.	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1.	Sejarah Objek Penelitian	61
4.2.	Penyajian Data.....	62
4.2.1.	Karakteristik Responden	62
4.2.2.	Jawaban Para Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	66
4.3.	Uji Instrument.....	73
4.3.1.	Uji Validitas.....	73
4.3.2.	Uji Reliabilitas	75
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1.	Uji Normalitas	76
4.4.2.	Uji Multikolinearitas	77
4.4.3.	Uji Heterokedastisitas	78
4.5.	Analisis Data	80
4.5.1.	Analisis Regresi	80
4.5.2.	Uji Signifikansi Parameter Regresi Parsial (Uji Statistik t).....	81
4.5.3.	Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	85
4.6.	Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
5.1.	Kesimpulan.....	91
5.2.	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN-LAMPIRAN		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung Rata – Rata Sidji Coffee pada tahun 2021 ..	6
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4. 2 Umur Responden	64
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Mengunjungi Sidji Coffee	65
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	66
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk (X1)	67
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Desain Interior (X2)	68
Tabel 4. 7 Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X3)	69
Tabel 4. 8 Jawaban Responden terhadap Emotional Branding (X4)	70
Tabel 4. 9 Jawaban Responden terhadap Experiential Marketing (X5)	71
Tabel 4. 10 Jawaban Responden terhadap Loyalitas Konsumen (Y1)	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik Parameter Regresi Parsial (Uji t)	82
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
--	----

