

ABSTRACT

Bandung is one of the biggest cities in Indonesia, as a big city that continues to grow, the rate of economic growth and technological change and the rapid flow of information. Hanamas is a Japanese restaurant that provides a distinctive blend of traditional Japanese menu and Indonesia. One of the strategies used by Hanamas to offer consumers their products is through satisfying the customer experience. Where this strategy through consumer will get an experience when eating and produces sensations, thoughts, and feelings that consumers themselves.

Hypothesis testing is performed by using multiple linear regression analysis (Multiple Regression). Multiple linear regression aims to calculate the influence of two or more independent variables to predict the dependent variable and the dependent variable by using two or more independent variables. Criteria that must be met for linear regression, the independent variables and the dependent variables should scale interval (Rocharty, 2009: h. 142). There is one dependent variable and more than one independent variable (how much influence of attributes Sense, Feel, think, Act, and Relate) Customer Experience in the restaurant Hanamas to customer satisfaction. This study uses the multivariable linear regression where the number of independent variables is more than one.

Based on research that was conducted, it can be concluded that the Sense, Feel, Think, Act, and Relate Simultaneous had no significant influence on customer satisfaction with the relationship percentage of 40%, while the remaining 60% is influenced by other factors that are not observed in this study.

Keywords: Customer satisfaction, customer experience

ABSTRAK

Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasi semakin cepat. Hanamasa merupakan restoran Jepang yang menyediakan perpaduan menu tradisional khas Jepang dan Indonesia. Salah satu strategi yang digunakan Hanamasa untuk menawarkan produknya agar dapat memuaskan konsumen yaitu melalui metode *customer experience*. Dimana melalui metode ini konsumen akan mendapatkan pengalaman yang baru di saat makan dan menghasilkan sensasi, pikiran, dan perasaan konsumen itu sendiri.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regretion*). Regresi linear berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Kriteria yang harus dipenuhi untuk regresi linear berganda, yaitu variabel bebas maupun variabel terikat harus berskala interval (Rochaety, 2009 : h.142). Terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (seberapa besar pengaruh dari atribut Indera (*Sense*), Perasaan (*Feel*), Pikiran (*think*), Tindakan (*Act*), dan Hubungan (*Relate*) *Customer Experience* di resto hanamasa terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan regresi linear multivariabel dimana jumlah variabel independen lebih dari satu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Sense*, *Feel*, *Think*, *Act*, *Relate* secara Simultan memiliki pengaruh yang tidak Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persentase hubungan sebesar 40%, sedangkan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kepuasan konsumen, Pengalaman konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Defenisi <i>Customer</i>	5
2.2 Tipe <i>Customer</i>	6
2.3 Pengertian <i>Customer Experience</i>	8
2.4 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Experience</i>	9
2.5 <i>Strategic Experiential Modules</i>	10
2.6 Kepuasan Konsumen.....	13
2.7 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
2.8 Ciri – ciri Konsumen yang Puas.....	14
2.9 Elemen Kepuasan Konsumen.....	15
2.10 Kerangka Pemikiran.....	16

2.11	Hipotesis Penelitian.....	17	
BAB III. METODE PENELITIAN.....		18	
3.1	Jenis Penelitian.....	18	
3.2	Variabel Penelitian.....	18	
3.3	Operasioanal Variabel Penelitian.....	19	
3.4	PopulasidanSampelPenelitian.....	21	
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	22	
3.6	Teknik Anlisis Data.....	23	
3.6.1	Uji Validitas.....	23	
3.6.2	UjiRealibilitas.....	24	3.6.3 Uji
	Asumsi Klasik.....	24	3.6.3.1
	UjiMultikolineritas.....	24	
	3.6.3.2 UjiHeteroskedastisitas.....	25	
	3.6.3.3 Uji Autokorelasi.....	25	
3.6.4	Uji Hipotesis.....	26	
	3.6.4.1 Regresi Linear Berganda.....	26	
	3.6.4.2 Koefisien Kolerasi &Adjusted R- square.....	27	
	3.6.4.3Uji Statistik F.....	27	
	3.6.4.3Uji Statistik t.....	28	
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		29	
4.1	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	29	
4.1.1	Variabel Pengalaman Konsumen (X).....	29	
	4.1.1.1Sub Variabel <i>Sense</i> (X1).....	31	
	4.1.1.2Sub Variabel <i>Feel</i> (X2).....	35	
	4.1.1.3Sub Variabel <i>Think</i> (X3).....	38	
	4.1.1.4Sub Variabel <i>Act</i> (X4).....	41	
	4.1.1.5 Sub Variabel <i>Relate</i> (X5).....	44	
4.1.2	Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	47	
4.2	Pengaruh Pengalaman konsumen (<i>Sense, Feel, Think, Act</i> dan <i>Relate</i>) terhadap Kepuasan Konsumen.....	50	
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	50	
	4.2.1.1 Uji Normalitas Data.....	50	
	4.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	52	
	4.2.1.3 Uji Multikolinieritas.....	53	
	4.2.1.4 Uji Linieritas.....	54	
4.2.2	Regresi Linear Berganda.....	59	
4.2.3	Analisis Korelasi <i>Pearson PrsoductMoment</i>	59	
4.2.4	Analisi Koefisien Determinasi.....	60	
4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	62	
	4.2.5.1 Uji Simultan (F).....	62	

4.2.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	63
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1	Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar4.1	Rentang Pengalaman Konsumen.....	13
Gambar4.2	Rentang Sense.....	32
Gambar4.3	Rentang Feel.....	36
Gambar4.4	Rentang Think.....	39
Gambar4.5	Rentang Act.....	42
Gambar4.6	Rentang Relate.....	45
Gambar4.7	Rentang Kepuasan Konsumen.....	48
Gambar4.8	<i>NormalProbability Plot</i>	51
Gambar4.9	Uji Heteroskedastisitas dengan Menggunakan <i>Scatterplot</i>	53
Gambar4.10	Kurva Pengujian Statistik <i>Durbin-Watson</i>	55
Gambar4.11	Kurva Pengujian Statistik <i>Durbin-Watson</i> setelahtransformasi data.....	56
Gambar4.12	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Sense</i> (X_1).....	64
Gambar4.13	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Relateness</i> <i>Needs</i> ($X_{1,2}$).....	65
Gambar4.14	Kurva PengujianHipotesis Parsial Variabel Integritas (X_3).....	66
Gambar4.15	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Act</i> (X_4).....	67
Gambar4.16	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Relate</i> (X_5).....	64

DAFTAR TABEL

Tabel3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel4.1	Skor Jawaban Responden Terhadap Item – item Pertanyaan Pada Pengalaman Konusmen (X).....	30
Tabel4.2	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Sense(X1).....	32
Tabel4.3	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Desain dan Tata Ruang Resto Hanamasa Menarik Bagi anda.....	33
Tabel4.4.	Persepsi Resopnden Tentang Pernyataan Kualitas yang diberikan Resto Hanamasa lebih baik dibanding Resto lainnya.....	33
Tabel4.5	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Pencahayaan/lampu di Resto Hanamasa cukup baik.....	34
Tabel4.6	PersepsiResponden Tentang Pernyataan Fasilitas yang diberikan Resto Hanamasa sangat baik.....	34
Tabel4.7	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan pada Pengalaman Feel (X2).....	35
Tabel4.8	PersepsiRespondenTentang Pernyataan anda merasa bangga Makan di Resto Hanamasa.....	36
Tabel4.9	PersepsiRespondenTentang Pernyataan Perasaan nyaman ketika berada di Resto Hanamasa.....	37
Tabel4.10	PersepsiRespondenTentang Pernyataan Perasaan Kagum ketika makan di Resto Hanamasa.....	37
Tabel4.11	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan pada Think (X3).....	38
Tabel4.12	PersepsiRespondenTentang Pernyataan Harga yang diberikan Resto Hanamasa sesuai dengan kualitas rasa yang diinginkan anda.....	39
Tabel4.13	PersepsiResponden Pernyataan Menu Makanan dan minuman di Resto Hanamasa.....	40
Tabel4.14	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Resto Hanamasa memberikan feedback yang menguntungkan bagi anda.....	40
Tabel4.15	Skor Jawaban Respinden Terhadap Item-item Pernyataan pada Act (X4).....	41
Tabel4.16	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Resto Hanamasa memiliki konsep yang berbeda dari Resti lainnya.....	42
Tabel4.17	Persepsi Responden Pernyataan Resto Hanamasa merupakan resto yang menjadi Trend saar ini.....	43
Tabel4.18	Persepsi Responden Pernyataan Inovasi ada di Resto Hanamasa membuat anda untuk datang dan mencoba Resto Hanamasa.....	43
Tabel4.19	Skor Jawaban Responden terhadap Item-Item Pertanyaan pada Relate (X5).....	44
Tabel4.20	Persepsi Responden Tentang Pernyataan Setelah Mencoba Resto Hanamasa anda mendapat kenangan pribadi yang baik.....	45
Tabel4.21	Persepsi Responden Pernyataan Resto Hanamasa merupakan resto sesuai untuk <i>Gathering</i> bagi anda.....	46

Tabel4.22	Persepsi Responden Pernyataan Resto Hanamasa merupakan Resto Highclass.....	46
Tabel4.23	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Kepuasan konsumen.....	47
Tabel4.24	Pertanyaan Layanan yang diberikan Resto Hanamasa.....	48
Tabel4.25	Pernyataan Dibandingkan dengan Resto lainn anda lebih puas di Resto Hanamasa.....	49
Tabel4.26	Pernyataan setelah datang ke Resto Hanamasa, Anda bersedia membayar lebih demi sebuah pengalaman yang ingin Didapatkannyadi Resto Hanamasa....	49
Tabel4.27	Persepsi responden Tentang Pernyataan Setelah mendapat pengalaman di Resto Hanamasa anda mengajak orang lain untuk makan di Resto Hanamasa lagi.....	50
Tabel4.28	Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel4.29	Hasil Nilai VIF Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel4.30	Niali Statistik Durbin-Watson.....	55
Tabel4.31	Nilai Statistik Durbin-Watson Setelah Transformasi Data.....	56
Tabel4.32	Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi	58
Tabel4.33	Nilai Koefisien Korelasi Pearson Product Moment	59
Tabel4.34	Koefisien Korelasi dan Taksirannya.....	60
Tabel4.35	Analisis Koefisien Determinasi.....	61
Tabel4.36	Coefficients.....	61
Tabel4.37	Pengujian Hipotesis Simultan.....	63
Tabel4.38	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t).....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Output SPSS.....	78
Lampiran B	Uji Asumsi Klasik Akhir.....	81
LampiranC	Kuesioner Penelitian..	85
LampiranD	Tabulasi Hasil Kuesioner.....	89