



**PENGARUH PENERAPAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
USAHA KECIL *OUTLET FUTURE CLASSIC CLOTHING* REMBANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata-1
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Diponegoro**

Penyusun :

**Tegar Rio Febrian
14030118140064**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tegar Rio Febrian

NIM : 14030118140064

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kecil *Outlet Future Classic
Clothing Rembang***

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaanya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 20 Juni 2022

Pembuat pernyataan,



Tegar Rio Febrian
NIM. 14030118140064

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kecil *Outlet Future Classic Clothing* Rembang
Nama Penyusun : Tegar Rio Febrian
NIM : 14030118140064
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 20 Juni 2022

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP
NIP.19640827 199001 1 001


Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

Drs. Wahyu Hidayat, M. Si


(.....)

Bulan Prabawani, S.sos, MM, PhD



(.....)

Dosen Penguji

Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB


(.....)

Drs. Wahyu Hidayat, M. Si


(.....)

Bulan Prabawani, S.sos, MM, PhD


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Work Hard Play Hard To Be Something New”

***Kesuksesan Diraih Dengan Cara Kerja Keras, Untuk Itu Manfaatkan Setiap
Peluang yang membuat dirimu bisa berkembang.***

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu yang selalu memeberikan doa, kasih sayang dan dukungan setiap saat. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini penulis dapat membanggakan dan membahagiakan hati Bapak dan Almarhumah Ibu
2. Kakak saya dan istrinya, Kak Dio dan Kak Wirdda, yang menjadi kakak yang baik untuk penulis sehingga selalu menjadi penggerak dan penyemangat.
3. Dosen Pembimbing Bapak Wahyu Hidayat, Ibu Bulan Prabawani dan Bapak Widiartanto yang selalu sabar membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh pedidikan perkuliahan
5. Owner future classic Mas Ilham yang sudah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini mungkin adanya.
6. Sahabat organisasi peduli sosial yang telah menghibur dalam perjalanan penulisan skripsi ini.
7. Teman - teman penulis yang sudah setia menemani saat senang, sedih, susah dan sangat membantu dalam setiap perjuangan selama masa perkuliahan.
8. Teman - teman terdekat yang selalu memberikan support dan semangat untuk tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman - teman administrasi bisnis Angkatan 2018 yang telah membantu dan menemani penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan.

10. Teman-teman satu bimbingan yang telah membantu penulis dan memberi semangat satu sama lain selama proses pembuatan skripsi. Semoga segala urusan kita selalu dimudahkan oleh Allah SWT.
11. Teman - teman di Rembang yang selalu memberikan support dan semangat untuk tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi
12. Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis periode 2018-2019 untuk segala pengalaman dan pembelajaran di dunia organisasi kampus.
13. Himpunan Mahasiswa Peduli Sosial Fisip Undip periode 2018-2020 untuk segala pengalaman dan pembelajaran di dunia organisasi kampus

**PENGARUH PENERAPAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
USAHA KECIL *OUTLET FUTURE CLASSIC CLOTHING* REMBANG**

ABSTRAK

Banyaknya usaha distro yang ada di Kabupaten Rembang membuat pemilik distro berloma memenangkan persaingan. Salah satu caranya dengan memiliki kepuasan konsumen yang tinggi. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat dipengaruhi oleh penerapan *experiential marketing* yang baik dan kualitas pelayanan yang baik. Kenyataannya, tidak semua usaha distro memiliki kepuasan konsumen yang tinggi termasuk *outlet future classic* Rembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara penerapan *experiential marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kecil *outlet future classic clothing* Rembang. Tipe penelitian ini yaitu *explanatory research* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian pada *outlet future classic clothing* Rembang minimal 2 kali. Metode analisis data yang digunakan adalah analisi regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, serta terdapat pengaruh antara penerapan *experiential marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun saran yang diberikan kepada pihak *outlet future classic* pada aspek *experiential marketing* perlu adanya perubahan serta inovasi pada aspek perihal memberikan diskon yang menarik, memberikan *free product* setiap adanya pembelian minimal, mengadakan *event* yang menarik dengan grup band asal Rembang dan mengadakan bazar expo yang bagus dengan distro lain di Rembang. Pada aspek kualitas pelayanan perlu adanya perubahan serta inovasi pada aspek daya tanggap karyawan *outlet future classic* dalam merespon keluhan konsumen, karyawan *outlet future classic* dapat memberikan solusi terhadap keluhan konsumen, karyawan *outlet future classic* cepat dalam menangani keluhan dari para konsumen, kelengkapan produk yang ada pada *outlet future classic* dan pengaturan tata ruang *outlet future classic* yang selalu diperhatikan dan diperbaharui.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF EXPERIENTIAL
MARKETING AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER
SATISFACTION IN SMALL OUTLET FUTURE CLOTHING REMBANG
ABSTRACT**

The number of distribution businesses in Rembang Regency makes the owner of the Loma distribution win the competition. One way is to have high customer satisfaction. High consumer goals can be influenced by the application of good experiential marketing and good service quality. In fact, not all distribution businesses have high customer satisfaction, including the future classic Rembang outlet. This study aims to determine the effect of the application of experiential marketing and service quality on consumer satisfaction at small business outlets future classic clothing Rembang. This type of research is explanatory research with purposive sampling method. The data collection technique used was by distributing questionnaires and interviewing 100 respondents who had made a purchase at the Rembang future classic clothing outlet at least 2 times. The data analysis method used is regression analysis using the SPSS 25.0 application. The results of this study indicate that the application of experiential marketing affects consumer satisfaction, as well as service quality affects consumer satisfaction, and there is an influence between the application of experiential marketing and service quality on customer satisfaction. Suggestions given to classic outlets on the experiential marketing aspect need changes and innovations in the aspect of providing attractive discounts, giving free products for every minimal purchase, holding interesting events with bands from Rembang and holding a good expo bazaar with other distributions in Rembang. In the aspect of service quality, changes and innovations are needed in the responsiveness aspect of Future Classic outlet employees in responding to consumer complaints, Future Classic outlet employees can provide solutions to consumer complaints, Future Classic outlet employees in handling complaints from consumers, completeness of existing products at the outlet future classic and future classic outlet layouts that are always considered and updated.

Keywords: Experiential Marketing, Service Quality, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kecil *Outlet Future Classic Clothing Rembang*”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB. Selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Selaku dosen Penguji yang telah memberikan arahan serta memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku Ketua Prodi S-1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Drs. Wahyu Hidayat, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. Selaku dosen wali dan dosen pemimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 20 Juni 2022
Penulis



Tegar Rio Febrian
NIM. 14030118140064

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.5 Kerangka Teori	26
1.5.1 Perilaku Konsumen	26
1.5.2 Experiential Marketing.....	27
1.5.3 Kualitas Pelayanan	30
1.5.4 Kepuasan Konsumen.....	33
1.5.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	35
1.5.6 Hubungan Variabel Independen dengan Variabel Dependen.....	37
1.6 Penelitian Terdahulu	39
1.7 Hipotesis	46
1.8 Definisi Konseptual.....	47
1.8.1 Experiential Marketing.....	47
1.8.2 Kualitas Pelayanan	48
1.8.3 Kepuasan Konsumen.....	48
1.9 Definisi Operasional.....	48
1.9.1 Experiential Marketing.....	48
1.9.2 Kualitas Pelayanan	49
1.9.3 Kepuasan Konsumen.....	49
1.10 Metodologi Penelitian	50
1.10.1 Tipe Penelitian	50
1.11 Populasi dan Sampel	50
1.11.1 Populasi	50
1.11.2 Sampel	51
1.12 Teknik Pengambilan Sampel	52
1.13 Jenis dan Sumber Data	53

1.13.1 Jenis Data.....	54
1.13.2 Sumber Data	55
1.14 Skala Pengukuran.....	55
1.15 Teknik Pengumpulan data	56
1.15.1 Metode Observasi / Pengamatan.....	57
1.15.2 Metode Angket / Kuesioner.....	57
1.15.3 Metode Dokumenter.....	57
1.16 Teknik Pengolahan Data.....	58
1.17 Teknik Analisis Data.....	59
1.17.1 Uji Validitas	59
1.17.2 Uji Reliabilitas	59
1.17.3 Uji Koefisien Korelasi.....	60
1.17.4 Analisa Koefisien Determinan	60
1.17.5 Analisa Regresi	61
1.17.6 Uji Signifikan.....	62
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN OUTLET FUTURE CLASSIC	
REMBANG DAN RESPONDEN PENELITIAN.....	
2.1 Sejarah Clothing dan Distro di Indonesia.....	65
2.2 Sejarah Future Classic	66
2.3 Lokasi Future Classic	67
2.4 Logo Future Classic	68
2.5 Visi dan Misi Future Classic	69
2.6 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan Future classic.....	70
2.7 Segmentasi Future Classic.....	73
2.8 Produk dan Desain Future Classic	74
2.9 Identitas Responden	75
2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur	75
2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	77
2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	78
BAB III PENGARUH PENERAPAN EXPERIENTIAL MARKETING DAN	
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA	
USAHA KECIL OUTLET FUTURE CLASSIC REMBANG.....	
3.1 Uji Validitas.....	81
3.2 Uji Reliabilitas	89

3.3 Analisis dan Intrepetasi Hasil Penelitian	90
3.4 Persepsi Responden Tentang Variabel Experiential marketing (X1)	90
3.4.1 Desain Interior Pada Outlet Future Classic yang Bagus	91
3.4.2 Pengalaman Visual dari Desain Interior Outlet Future classic	93
3.4.3 Desain Tata Letak Produk Pada Outlet Future Classic	94
3.4.4 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Nyaman Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja	96
3.4.5 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Senang Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja	97
3.4.6 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Puas Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja.....	99
3.4.7 Outlet Future Classic Memberikan Diskon yang Menarik	100
3.4.8 Outlet Future Classic Memberikan Free Product Setiap Adanya Pembelanjaan Minimal	102
3.4.9 Outlet Future Classic Mengadakan Event dengan Grup Band Asal Rembang	103
3.4.10 Outlet Future Classic Mengadakan Bazar Expo dengan Distro Lain di Rembang	105
3.4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Experiential Marketing	106
3.4.12 Kategorisasi Experiential Marketing.....	109
3.5 Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	113
3.5.1 Kecakapan Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	114
3.5.2 Kecepatan Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	115
3.5.3 Ketetapan Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	117
3.5.4 Daya Tanggap Karyawan Outlet Future Classic Dalam Merespon Keluhan Konsumen.....	118
3.5.5 Karyawan Outlet Future Classic Dapat Memberikan Solusi Terhadap Keluhan Konsumen.....	119

3.5.6 Karyawan Outlet Future Classic Cepat Dalam Menangani Keluhan Dari Para Konsumen.....	121
3.5.7 Outlet Future Classic Memberikan Garansi Terhadap Produk yang Tidak Layak.....	122
3.5.8 Pengetahuan yang Dimiliki Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Konsumen	124
3.5.9 Keramahan yang Diberikan Oleh Karyawan Outlet Future Classic Kepada Para Konsumen.....	125
3.5.10 Karyawan Outlet Future Classic Mengutamakan Kepentingan dan Kebutuhan Konsumen.....	126
3.5.11 Kelengkapan Produk yang Ada Pada Outlet Future Classic	127
3.5.12 Pengaturan Tata Ruang Outlet Future Classic yang Selalu Diperhatikan dan Diperbaharui	128
3.5.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	130
3.5.14 Kategorisasi Kualitas Pelayanan	133
3.6 Persepsi Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	137
3.6.1 Perasaan Senang Membeli Produk Future Classic	138
3.6.2 Produk Outlet Future Classic Sesuai Harapan	139
3.6.3 Produk Outlet Future Classic Sesuai dengan Kebutuhan	140
3.6.4 Perasaan Senang Akan Kembali Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	141
3.6.5 Perasaan yang Tidak Akan Beralih Kepada Distro Lainnya	142
3.6.6 Perasaan yang Akan Terus Membeli Produk Pada Outlet Future Classic .	143
3.6.7 Rekomendasi Dari Orang Lain Untuk Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	144
3.6.8 Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Produk Pada Outlet Future Classic.....	146
3.6.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	147
3.6.10 Kategorisasi Kepuasan Konsumen.....	149
3.7 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen	152
3.7.1 Koefisien Korelasi (Uji Korelasi)	153

3.7.2 Koefisien Determinasi	154
3.7.3 Regresi Linier Sederhana	155
3.7.4 Uji T	157
3.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	158
3.8.1 Koefisien Korelasi (Uji Korelasi)	159
3.8.2 Koefisien Determinasi	161
3.8.3 Regresi Linier Sederhana	161
3.8.4 Uji T	163
3.9 Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	165
3.9.1 Koefisien Korelasi (Uji Korelasi)	166
3.9.2 Koefisien Determinasi	167
3.9.3 Regresi Linier Berganda.....	168
3.9.4 Uji F.....	170
3.10 Pembahasan	172
BAB IV PENUTUP	178
4.1 Kesimpulan.....	178
4.2 Saran.....	182
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN	188

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kriteria UMKM	36
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur	75
Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	78
Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	78
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Experiential marketing.....	83
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	85
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	88
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Experiential marketing, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.....	89
Tabel 3.5 Desain Interior Pada Outlet Future Classic yang Bagus	92
Tabel 3.6 Pengalaman Visual dari Desain Interior Outlet Future classic	93
Tabel 3.7 Desain Tata Letak Produk Pada Outlet Future Classic	95
Tabel 3.8 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Nyaman Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja	96
Tabel 3.9 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Senang Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja	98
Tabel 3.10 Outlet Future Classic Memberikan Rasa Puas Kepada Para Konsumen Saat Berbelanja	99
Tabel 3.11 Outlet Future Classic Memberikan Diskon yang Menarik	101
Tabel 3.12 Outlet Future Classic Memberikan Free Product Setiap Adanya Pembelian Minimal	102
Tabel 3.13 Outlet Future Classic Mengadakan Event dengan Grup Band Asal Rembang	104
Tabel 3.14 Outlet Future Classic Mengadakan Bazar Expo dengan Distro Lain di Rembang	106
Tabel 3.15 Rekapitulasi Jawaban Variabel Experiential marketing	108
Tabel 3.16 Kategorisasi Variabel Experiential marketing	111
Tabel 3.17 Kecakapan Para Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	115
Tabel 3.18 Kecepatan Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	116
Tabel 3.19 Ketetapan Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Para Konsumen.....	117
Tabel 3.20 Daya Tanggap Karyawan Outlet Future Classic Dalam Merespon Keluhan Konsumen.....	119
Tabel 3.21 Karyawan Outlet Future Classic Dapat Memberikan Solusi Terhadap Keluhan Konsumen.....	120
Tabel 3.22 Karyawan Outlet Future Classic Cepat Dalam Menangani Keluhan Dari Para Konsumen	121
Tabel 3.23 Outlet Future Classic Memberikan Garansi Terhadap Produk yang Tidak Layak.....	123

Tabel 3.24 Pengetahuan yang Dimiliki Karyawan Outlet Future Classic Dalam Melayani Konsumen	124
Tabel 3.25 Keramahan yang Diberikan Oleh Karyawan Outlet Future Classic Kepada Para Konsumen	125
Tabel 3.26 Karyawan Outlet Future Classic Mengutamakan Kepentingan dan Kebutuhan Konsumen	127
Tabel 3.27 Kelengkapan Produk yang Ada Pada Outlet Future Classic.....	128
Tabel 3.28 Pengaturan Tata Ruang Outlet Future Classic Selalu Diperhatikan dan Diperbaharui	129
Tabel 3.29 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	131
Tabel 3.30 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	135
Tabel 3.31 Perasaan Senang Membeli Produk Future Classic	138
Tabel 3.32 Produk Outlet Future Classic Sesuai Harapan	139
Tabel 3.33 Produk Outlet Future Classic Sesuai dengan Kebutuhan	140
Tabel 3.34 Perasaan Senang Akan Kembali Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	141
Tabel 3.35 Perasaan yang Tidak Akan Beralih Kepada Distro Lainnya	143
Tabel 3.36 Perasaan yang Akan Terus Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	144
Tabel 3.37 Rekomendasi Dari Orang Lain Untuk Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	145
Tabel 3.38 Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Produk Pada Outlet Future Classic	146
Tabel 3.39 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen ...	148
Tabel 3.40 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	151
Tabel 3.41 Koefisien Korelasi Experiential marketing terhadap Kepuasan Konsumen.....	154
Tabel 3.42 Regresi Linier Sederhana Experiential marketing terhadap Kepuasan Konsumen.....	156
Tabel 3.43 Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	160
Tabel 3.44 Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	162
Tabel 3.45 Koefisien Korelasi Experiential marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	167
Tabel 3.46 Regresi Linear Berganda Experiential marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	169
Tabel 3.47 Uji F Experiential marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hipotesis Penelitian	47
Gambar 1.2 Kurva Uji t.....	63
Gambar 1.3 Kurva Uji f	64
Gambar 2.1 <i>Outlet future classic</i> Rembang	68
Gambar 2.2 Logo <i>Future classic</i>	69
Gambar 2.3 Struktur Organisasi <i>Future classic</i> Rembang.....	71
Gambar 2.4 <i>Desain Produk Future Classic</i>	74
Gambar 2.5 <i>Desain Outlet Future Classic</i>	75
Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan Penolakan Uji t <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen	158
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	164
Gambar 3.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F	172

