

ABSTRACT

This research was conducted aiming to determine the effect of experiential marketing and interior design on consumer purchasing decisions at Tanpapintu Caffe Shop Wonoayu Sidoarjo. In this study, the sample used was 120 Tanpapintu Caffe Shop consumers. The sampling technique used is nonprobability sampling with incidental sampling. In this study the data analysis techniques used are validity test, reliability test, classic assumption test, t test, and f test.

In this study the results obtained, experiential marketing and interior design partially influence consumer purchasing decisions at Tanpapintu Coffe Shop Wonoayu Sidoarjo, using t test with a significant value of <0.05 . Experiential marketing and interior design simultaneously influence consumer purchasing decisions at Tanpapintu Coffe Shop Wonoayu Sidoarjo, using the f test with a significant value <0.05 . With these results stated that hypothesis testing can be accepted and proven true. To improve consumer purchasing decisions requires experiential marketing that can attract consumers' interest and interior design that can add to the comfort of consumers to enjoy the dishes that are ordered.

Keywords: Experiential marketing, interior design, purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan *desain interior* terhadap keputusan pembelian konsumen di Tanpapintu Caffe Shop Wonoayu Sidoarjo. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen Tanpapintu *Caffe Shop* sebanyak 120 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan jenis sampling insidental sampling. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f.

Pada penelitian ini diperoleh hasil, *experiential marketing* dan *desain interior* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Tanpapintu Coffe Shop Wonoayu Sidoarjo, menggunakan uji t dengan nilai signifikan sebesar $<0,05$. *Experiential marketing* dan *desain interior* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Tanpapintu Coffe Shop Wonoayu Sidoarjo, menggunakan uji f dengan nilai signifikan $<0,05$. Dengan hasil tersebut menyatakan bahwa pengujian hipotesis dapat diterima dan dibuktikan kebenarannya. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen diperlukan *experiential marketing* yang dapat menarik minat konsumen serta *desain interior* yang dapat menambah rasa nyaman konsumen untuk menikmati hidangan yang diatawrkan.

Kata Kunci: *Experiential marketing*, *desain interior*, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO.....	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.3 <i>Experiantal Marketing</i>	15
2.2.3.1 Definisi <i>Experiantal Marketing</i>	15
2.2.3.2 Manfaat <i>Experiantal Marketing</i>	16
2.2.3.3 Indikator <i>Experiantal Marketing</i>	17
2.2.4 Desain Interior	20
2.2.4.1 Definisi Desain Interior.....	20

2.2.4.2 Unsur-unsur Interior Pembentuk Suasana	
Toko.....	21
2.2.4.3 Indikator Desain Interior	29
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	35
2.2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	35
2.2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	37
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	38
2.2.6 Kerangka Konseptual	38
2.3 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel.....	45
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3. Jenis dan Sumber data	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.2 Kuesioner	47
3.4.3 Observasi	47
3.4.4 Wawancara.....	47
3.4.5 Dokumentasi.....	47
3.4.6 Skala Pengukuran.....	47
3.4.7 Tempat dan Waktu Penelitian	49
3.4.7.1 Tempat Penelitian.....	49
3.4.7.2 Waktu Penelitian	49
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel.....	49

3.5.1 Variabel Penelitian	49
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Uji Validitas.....	59
3.6.2 Uji Reliabilitas	59
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	59
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.5 Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian data penelitian	65
4.4.1 Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	65
4.1.3 Karakteristik Responden	66
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel.....	66
4.2.1 Variabel Experiental Marketing (X1)	66
4.2.2 Variabel Desain Interior (X2)	67
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
4.3 Analisis Data Penelitian	69
4.3.1 Uji Validitas.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	73
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	74
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.4.1 Pengujian Hipotesis	80
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	12
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	48
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Experiental Marketing	67
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Desain Interior	68
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Experiental Marketing	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Interioror	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.9 Uji Normalitas	74
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.13 Interpretasi Koefisien Korelasi	79
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji-F	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan
- Lampiran 3 Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 5 Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 6 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 8 Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban Responden
- Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 10 Output Pengolahan Data SPSS