

Pengaruh *Brand Experience* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada *Event Korea Festival* di Indonesia

SKRIPSI

**Oleh :
Berliana Sihotang
201510415076**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience* Terhadap
Kepuasan Pengunjung Pada *Event Korea*
Festival di Indonesia
Nama Mahasiswa : Berliana Sihotang
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415076
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Dr. Ari Sulistanto, S.Sos., M.I.Kom

NID. 041812049

Pembimbing II

Azhar Irfansyah, S.IP., M.A

NID. 041712042

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience* Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada *Event Korea*
Festival Di Indonesia
Nama Mahasiswa : Berliana Sihotang
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415076
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NID. 041310016

Penguji I : Dr. Ari Sulistanto, S.Sos., M.I.Kom
NID. 041812049

Penguji II : Ratna Puspita, S.Sos, M.Si
NID. 041606035

MENGETAHUI,

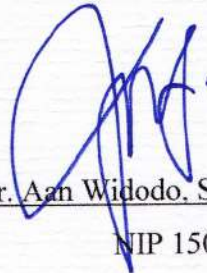
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Experience* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada *Event Korea Festival di Indonesia*”** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjamkan dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Berliana Sihotang
201510415076

ABSTRAK

Berliana Sihotang (201510415076). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada *Event Korea Festival* di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh *Brand Experience* terhadap kepuasan pengunjung *event korea festival* di Indonesia, metode ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Dengan sampel berjumlah 100 orang, peneliti memilih para pengunjung *event korea festival* untuk menjadi sampel dengan menentukan kriteria yaitu para pengunjung yang sudah merasakan *event* tersebut. Adapun variabel independen (Variabel X) dalam penelitian ini adalah *Brand Experience* dan variabel dependen (Variabel Y) adalah Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji validitas melalui alat ukur yang digunakan 24 pertanyaan valid dan terdapat pengaruh dari hasil kolerasi yaitu terdapat pengaruh *Brand Experience* terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,835, yang berarti *Brand Experience* berpengaruh sangat kuat sekali terhadap kepuasan pengunjung dan hasil koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) yaitu 0,697 yang artinya ada pengaruh *Brand Experience* terhadap Kepuasan Pengunjung adalah sebesar 69,7% yang berpengaruh kuat.

Kata Kunci : Brand Experience, Kepuasan Pengunjung, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Berliana Sihotang (201510415076). The Effect of Brand Experience on Visitor Satisfaction at the Korea Festival Event in Indonesia.

This study aims to find out the effect of Brand Experience on the satisfaction of Korean festival visitors in Indonesia, this method uses quantitative research methods with a survey approach. With a sample of 100 people, the researcher chose the visitors of the Korea festival event to become a sample by determining the criteria, that is the visitors who already felt the event. The independent variable (Variable X) in this study is Brand Experience and the dependent variable (Variable Y) is Visitor Satisfaction. Based on data obtained from the results of the validity test through measuring tools used 24 valid questions and there is an effect of the results of correlation that there is the effect of Brand Experience on visitor satisfaction by 0.835, which means that Brand Experience has a very strong effect on visitor satisfaction and the results of the adjusted determination coefficient (R Square) which is 0.697 which means that there is an effect of Brand Experience on Visitor Satisfaction is 69.7% which has a strong effect.

Keywords: Brand Experience, Visitor Satisfaction, Marketing Communication

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala pertolongan, kekuatan serta kasih dan karunia-Nya yang begitu baik sehingga penulis bisa ada sampai saat ini. Terimakasih juga kepada keluarga yang selalu memberi doa, dukungan, kekuatan, dan memotivasi penulis serta semua bantuan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini yang berjudul Pengaruh *Brand Experience* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada *Event Korea Festival* di Indonesia, laporan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam mata kuliah skripsi.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih penulis kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan laporan ini, yaitu kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs., H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Ari Sulistanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing satu yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberi arahan dan masukan serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberi pengarahan dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembuatan skripsi ini.
7. Kepada Ka Rolly, Mas Hendri, Ka Riris, Ka Santi, Ka Juli, dan Ka Chamay yang telah mendukung dan memotifasi serta memberi

dukungan moril maupun materil, yang setia selalu mengarahkan dan memberi nasihat kepada penulis.

8. Kepada keluarga besar *Korean Tourism Organization* (KTO) yang membantu penulis siap bersedia menjadi narasumber dalam penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan juga teman-teman Fikom E Angkatan 2015 special pake telor untuk Bella Fista yang memberikan bantuan dan dukungan selama penulisan laporan skripsi ini.
10. Rekan-rekan sahabat penulis Ka Amy, Ka Sarah, Cici Oktet, Ka Memed, Stella, Amanda, Aini, Avista, Sifa, Kadhe, William, Ray, serta Oppa dan Eonni ku yang selalu memberi dukung kepada penulis dalam menyelesaikan laporan dan mendoakan penulis, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari semua pihak, penyusunan laporan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaannya laporan ini. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Penulis,



(Berliana Sihotang)

201510415076

DAFTAR ISI

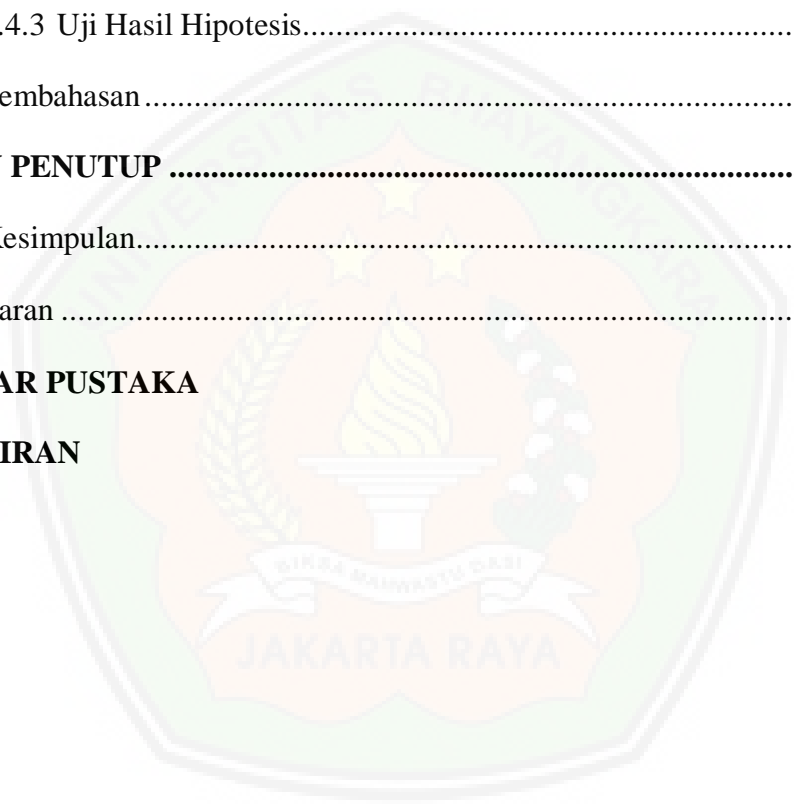
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Identifikasi Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Definisi Merk atau Brand.....	9
2.2.1 Karakteristik Merk atau Brand	10

2.3	Brand Experience.....	11
2.3.1	Komponen Brand Experience	12
2.4	Kepuasan Pengunjung.....	12
2.5	Komunikasi Pemasaran.....	13
2.6	Teori Kemungkinan Elaborasi (<i>Elaboration Likelihood Theory</i>)	14
2.6.1	Rute Penerimaan Informasi.....	16
2.7	Kerangka Pemikiran	18
2.8	Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Metode Penelitian	21
3.2	Definisi Konseptual	21
3.3	Definisi Operasional	22
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6	Teknik Pengujian Instrument Penelitian.....	25
3.6.1	Uji Validitas	25
3.6.2	Uji Kolerasi	26
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	26
3.7	Teknik Analisis Data	28
3.8	Uji Hipotesis.....	29
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Gambaran Event Korea Festival di Indonesia.....	30
4.2	Deskripsi Data	32
4.2.1	Karakteristik Responden.....	32

4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
4.3.1	Uji Validitas	36
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	38
4.3.3	Uji Korelasi	38
4.4	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	39
4.4.1	Variabel X (<i>Brand Experience</i>).....	39
4.4.2	Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)	45
4.4.3	Uji Hasil Hipotesis.....	52
4.5	Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Poster Korea Festival	30





DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup**
- LAMPIRAN 2 : Kuesioner Skripsi Anna – Google Formulir**
- LAMPIRAN 3 : Karakteristik Responden**
- LAMPIRAN 4 : Tabel Variabel (X) dan (Y)**
- LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Karakteristik Responden**
- LAMPIRAN 6 : Uji Validitas *Brand Experience* (X)**
- LAMPIRAN 7 : Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Reliabilitas**
- LAMPIRAN 9 : Hasil Frekuensi *Brand Experience* (X)**
- LAMPIRAN 10 : Hasil Frekuensi Kepuasan Pengunjung (Y)**
- LAMPIRAN 11 : Hasil Uji Korelasi**
- LAMPIRAN 12 : Hasil Uji Hipotesis**
- LAMPIRAN 13 : Kartu Bimbingan**
- LAMPIRAN 14 : Form Perbaikan Skripsi**



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Model Teori Kemungkinan Elaborasi	16
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	18



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional	22
Tabel 3.2 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi	26
Tabel 3.3 Indikator Tingkat Reliabilitas	27
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Social Media yang Digunakan	34
Tabel 4.5 Darimana Mengetahui Event Korea Festival	35
Tabel 4.6 Berapa Kali Menyaksikan Event Korea Festival	35
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen <i>Brand Experience</i> (X).....	36
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen <i>Brand Experience</i> (Y).....	37
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.10 Uji Korelasi	38
Tabel 4.11 Tema acara yang diusung dalam Event Korean Festival tersebut	39
Tabel 4.12 Kualitas audio dalam Event Korean Festival	40
Tabel 4.13 Rasa makanan yang terdapat pada booth dalam Event Korea Festival.....	40
Tabel 4.14 Emosi yang dirasakan ketika menyaksikan secara langsung Event Korea Festival	40
Tabel 4.15 Suasana Hati setelah menyaksikan secara langsung Event Korea Festival	41
Tabel 4.16 Kepribadian para pengisi acara dalam Event Korea Festival	41
Tabel 4.17 Berbagai macam aktivitas yang disediakan dalam Event Korea Festival	42
Tabel 4.18 Tindakan yang diberikan oleh panitia dan pengisi acara saat Event Korea Festival berlangsung	42

Tabel 4.19 Sikap para pengisi acara pada Event Korea Festival	43
Tabel 4.20 Pengetahuan mengenai Korea Selatan yang ada dapat pada Event Korea Festival	43
Tabel 4.21 Wawasan mengenai Korea Selatan yang ada dapat pada Event Korea Festival	44
Tabel 4.22 Informasi mengenai Korea Selatan yang ada dapat pada Event Korea Festival	44
Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan tentang variabel <i>Brand Experience</i> (X)	45
Tabel 4.24 Kesesuaian acara dengan tema yang diusung pada Event Korea Festival tersebut	46
Tabel 4.25 Kinerja para pengisi acara dan panitia yang terlibat pada Event Korea Festival tersebut	46
Tabel 4.26 Ketepatan rundown acara yang dibuat pada Event Korea Festival tersebut	47
Tabel 4.27 Biaya paket liburan ke Korea Selatan yang ditawarkan oleh Booth Travel Agent pada Event Korea Festival tersebut	47
Tabel 4.28 Budget paket liburan ke korea selatan yang telah disusun jika dibandingkan dengan biaya paket liburan yang ditawarkan pada Event Korea Festival tersebut	48
Tabel 4.29 Promosi acara yang dilakukan pada Event Korea Festival tersebut..	48
Tabel 4.30 Kepuasan yang anda dapat setelah menyaksikan acara Event Korea Festival tersebut	49
Tabel 4.31 Pelayanan yang diberikan pada Event Korea Festival tersebut	49
Tabel 4.32 Keamanan pada Event Korea Festival tersebut	49
Tabel 4.33 Perasaan yang dirasakan ketika menyaksikan secara langsung Event Korea Festival tersebut	50
Tabel 4.34 Reaksi anda ketika menyaksikan secara langsung Event Korea Festival tersebut	50
Tabel 4.35 Ekspresi anda ketika menyaksikan secara langsung Event Korea Festival tersebut	51
Tabel 4.36 Rekapitulasi Tanggapan tentang variabel Kepuasan Pengunjung(Y).	51
Tabel 4.37 Variabel Entered	52

Tabel 4.38 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.39 Tabel Anova	53
Tabel 4.40 Tabel Analisis Regresi Sederhana	53

