

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini kesuksesan suatu bisnis diperlukan ide- ide kreatif dari pelaku bisnis itu sendiri. Seorang pelaku bisnis dituntut mampu menciptakan ide-ide kreatif agar dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen dengan tujuan menambah dan mempertahankan pelanggannya.

Perusahaan atau para pelaku bisnis tidak hanya berfokus kepada kualitas produk atau jasa yang di tawarkan, tapi juga perlu memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pelanggannya karena hal ini lah yang bisa membuat mereka mempunyai kedekatan emosional terhadap perusahaan.

Selain itu, pelaku bisnis harus jeli dalam melihat peluang bisnis yang memiliki kemungkinan dapat berkembang dikemudian hari. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis kuliner atau biasa disebut dengan istilah rumah makan. Rumah makan/restoran adalah suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa makanan dan minuman bagi umum, dan dikelola secara profesional.

Bisnis makanan memang tidak akan pernah punah. Ini dikarenakan kebutuhan manusia, agar manusia dapat tetap mempertahankan hidupnya, manusia akan selalu membutuhkan makanan. Diantara banyaknya rumah makan/restoran, mulai dari kelas kaki lima, warung sederhana, hingga restoran mewah, masing- masing tentu perlu memiliki keistimewaan agar diperhatikan oleh konsumen.

Perkembangan bisnis makanan, khususnya rumah makan/restoran saat ini membuat persaingan semakin ketat, dimana perusahaan atau para pelaku bisnis tidak hanya berfokus kepada kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, tapi juga perlu memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pelanggannya karena hal ini lah yang bisa membuat mereka mempunyai kedekatan emosional terhadap perusahaan. Konsep pemasaran yang terkait dengan hal yang dapat memberikan pengalaman unik terhadap pelanggan dikenal dengan experiential marketing. Konsep ini berusaha menghadirkan pengalaman yang unik, positif dan berkesan kepada konsumen. Sehingga nantinya diharapkan konsumen akan meningkatkan keinginan untuk membeli ulang produk tersebut.

Seiring berkembangnya zaman konsep pemasaran yang memberikan perhatian khusus kepada pelanggan terhadap 2 pengalaman yang mereka alami saat menikmati produk terus berkembang. Namun dengan konsep yang berkembang dengan cepat, perusahaan juga harus menghadapi berbagai macam tantangan. Dari sisi konsumen, mereka dihadapkan pada banyak pilihan produk yang ditawarkan sehingga saat ini nilai yang diinginkan tidak hanya tertuju pada kualitas produknya saja, namun juga memperhatikan suasana dan pelayanan bahkan membandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh tempat yang lain. Menyadari arti pentingnya nilai bagi pelanggan, maka setiap aspek dalam pemasaran seperti kualitas produk dan pelayanan sangat perlu untuk diperhatikan perusahaan guna mempertahankan pelanggan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Customer Value*/nilai pelanggan merupakan sebuah rasio dari manfaat yang didapat oleh pelanggan dengan melakukan pengorbanan. Perwujudan pengorbanan yang dilakukan oleh pelanggan sejalan dengan proses pertukaran adalah biaya transaksi, dan resiko untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan pada nilai pelanggan yang diberikan.

Nilai pelanggan merupakan salah satu konsep pemasaran dalam membantu produk tersebut selangkah lebih maju dibandingkan dengan para pesaing. Kualitas nilai memainkan peran kunci dalam memantau apakah tujuan jangka panjang, menengah, dan pendek organisasi sesuai dengan aspirasi yang diinginkan. Tolak ukur nilai pelanggan adalah lamanya waktu adopsi terhadap harapan dan kebutuhan pelanggan dan banyaknya informasi yang diadopsi oleh perusahaan, untuk membangun nilai pelanggan. Menurut **Tjiptono (2005)** untuk mengukur nilai pelanggan dapat dilakukan melalui empat dimensi, yaitu *emotional value*, *social value*, *performance value*, dan *price value* sebagai harapan pelanggan.

Pada zaman modern sekarang ini, usaha rumah makan menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya rumah makan yang bermunculan dengan aneka pilihan menu yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya restoran yang berdiri, maka semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap restoran. Untuk menghadapi persaingan tersebut, setiap restoran dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan- perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk dan jasa yang ditawarkannya dapat menarik bagi konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen

dapat dipenuhi dan perusahaan dapat menghadapi dan bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin padat.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang ada. Perusahaan harus mengerti dengan baik apa yang diinginkan pelanggan, agar mampu bertahan didalam persaingan yang sangat kuat ini. Dalam menghadapi persaingan yang sangat kuat dan mempertahankan kelangsungan hidup dari restoran ini sendiri, restoran harus memiliki keistimewaan tersendiri sehingga menumbuhkan rasa puas didalam diri pelanggan agar timbul minat pembelian ulang. Pada kondisi persaingan yang sangat ketat seperti saat ini, perusahaan harus bisa beradaptasi pada lingkungan pasar yang dinamis agar mampu tetap hidup bahkan mampu berkembang.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang dipasarkan. Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya jika dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kepuasan yang timbul dari konsumen dapat tercipta dari pengalaman yang mereka rasakan saat mengkonsumsi produk/jasa yang ditawarkan perusahaan.

**Kartajaya (2006:95)** menyatakan bahwa “saat ini banyak pelanggan yang karena semakin canggih, pelanggan menjadi tidak hanya butuh sebuah servis atau produk berkualitas tinggi, melainkan juga suatu *experience* yang positif, yang secara emosional sangat menyentuh dan memorable”. Pengalaman memberikan memori atau kenangan tersendiri bagi konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Customer Experience*/pelangalaman konsumen merupakan serangkaian peristiwa khusus yang dirasakan pelanggan sebagai tanggapan atas beberapa jenis rangsangan yang di dapat setelah menikmati produk/jasa. Pengalaman pelanggan dinilai sangat efektif untuk membentuk sikap loyal. Dengan adanya pengalaman pelanggan, pelanggan akan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan yang lainnya karena mereka merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung, hal ini yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat mengetahui apa saja yang diharapkan oleh pelanggan disaat sedang menikmati produknya. Inti dari pengalaman pelanggan adalah untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan melalui 5 aspek yaitu panca indera (*sense*), perasaan (*feel*), cara berfikir (*think*), kebiasaan (*act*), dan relasi (*relate*). Semua 5 produk dan jasa kini harus bisa menyentuh kelima unsur tersebut.

Jika perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya dengan cara memberikan pengalaman-pengalaman yang menarik dan berkesan bagi pelanggan disaat sedang menikmati produknya, maka dengan sendirinya akan timbul rasa setia dan loyal terhadap perusahaan. Sikap loyal dapat dilihat dari pembelian kembali konsumen terhadap produk tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain tentang sisi positif dari produk atau jasa perusahaan tersebut. Istilah loyalitas pelanggan dedefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Pembelian ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Minat pembelian ulang penting diteliti karena selain kepuasan konsumen, pembelian ulang juga menjadi faktor yang menentukan untuk menuju loyalitas konsumen.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan restoran, maka perlu untuk merencanakan sasaran-sasaran yang ingin dicapai sehingga dapat menentukan strategi-strategi apa saja yang akan digunakan untuk menghadapi persaingan tersebut. Untuk mencapai titik kepuasan konsumen hingga menimbulkan minat beli ulang seorang konsumen, dahulu pengelola rumah makan memperhitungkan berapa harga, apa saja menu yang akan ditawarkan, serta kualitas dan pelayanan yang seharusnya diberikan oleh restoran. Banyaknya Restoran di Pekanbaru dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 1.1 : Daftar Restoran di sekitar Kota Pekanbaru**

No	Nama rumah makan	Alamat
1	<b>Koki Sunda</b>	Jl. Jenderal Sudirman No. 247
2	Ayam Tumis Mas Edi	JL. Pattimura, No. 29
3	Wong Solo	JL. Jendral Ahmad Yani
4	Pondok Gurih	JL. Jenderal Sudirman

*Sumber: Data Primer Yang di Olah 2017*

Daftar di atas merupakan daftar beberapa restoran/rumah makan di Kota Pekanbaru, dari data tersebut dapat terlihat bahwa Arestoran di kota Pekanbaru telah menjamur. Rumah makan-rumah makan tersebut menawarkan berbagai menu yang berbeda-beda dengan khas yang dimiliki masing-masing rumah makan. Penelitian ini dilakukan di rumah makan Ayam Tumis Mas Edi, Jl, Pattimura, Pekanbaru.

Rumah makan Ayam Tumis Mas Edi merupakan sebuah jenis restoran/rumah makan informal yang berkonsep khas Jawa tengah. Restoran ini memiliki visi dan misi ingin menjadi salah satu objek wisata kuliner khas jawa di kota Pekanbaru bagi wisatawan domestik maupun wisatawan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mancanegara. Berdiri sejak tahun 1996, rumah makan ini buka setiap hari jam 11:00 WIB sampai 22:00 WIB. Rumah makan Ayam Tumis Mas Edi berdiri di tengah maraknya usaha restoran yang menyediakan berbagai macam menu yang berasal dari luar negeri, rumah makan Ayam Tumis Mas Edi tetap mengutamakan menu-menu khas Indonesianya yang dikhususkan menyediakan menu khas Jawa. Rumah makan ini membidik pasar mulai dari kelas bawah hingga menengah. Hal tersebut dapat terlihat dari berbagai macam menu yang ditawarkan di rumah makan Ayam Tumis Mas Edi dimulai dari harga Rp 12.000,- hingga Rp 15.000,-

**Table 1.2 : Daftar Menu di Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi**

No	Menu	Harga
1	Ayam Tumis	Rp. 12.000,-
2	Ayam Tumis+Nasi	Rp. 14.000,-
3	Ayam Kecap	Rp. 12.000,-
4	Ayam Kecap+Nasi	Rp. 14.000,-
5	Nasi Goreng	Rp. 15.000,-
6	Ayam Goreng+Nasi	Rp. 15.000,-

**Sumber:** Rumah Makan Mas Edi Pekanbaru

Dari daftar menu tersebut terlihat bahwa rumah makan Mas Edi menyajikan menu yang berbeda dari rumah makan lain, serta mengedepankan keunikan menjadi keistimewaan rumah makan tersebut. Di antara nya menu andalannya yakni Ayam tumis dan Ayam Kecap, memang Ayam Tumis Mas Edi ini termasuk rumah makan yang sederhana, akan tetapi warungnya tidak pernah sepi bahkan omset bulananya puluhan juta yang bisa dibilang tidak kalah dengan rumah makan besar dan terkenal di kota Pekanbaru, berikut data penjualan yang kami peroleh:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.3: Data Penjualan Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi**

NO	TAHUN	PENDAPATAN	PRESENTASE (%)
1	2011	Rp.298.879.000	-
2	2012	Rp. 311.880.000	4,34 %
3	2013	Rp. 319.233.000	2,35 %
4	2015	Rp. 337.900.000	5,84 %
5	2016	Rp. 365.189.000	8,07 %

**Sumber:** RM Ayam Tumis Mas Edi

Rumah makan Ayam Tumis Mas Edi tak melewatkan kesempatan untuk mengimplementasikan *customer experience* dan *customer value*. Pengelola mengelola *design interior* sedemikian rupa sesuai dengan visi dan misinya yang ingin untuk menjadi salah satu wisata kuliner khas Jawa, dimana Pekanbaru merupakan daerah yang memiliki penduduk dari berbagai suku, suku jawa pun banyak yang menetap di kota pekanbaru sehingga rumah makan Ayam Tumis Mas Edi menata *interior* restorannya dengan nuansa khas Jawa, dengan meletakkan foto-foto presiden dari presiden pertama hingga saat ini dan benda-benda khas jawa di dalam ruangan serta musik-musik khas jawa seperti musik campur sari dan gamelan menjadi cir khas budaya jawa. Para pelayan di rumah makan Ayam Tumis Mas Edi mengenakan seragam yang berbeda setiap hari. Berikut ini dapat dilihat *Costumer Experience* dan *Customer Value* yang dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.4: Implementasi *Costumer Experience* Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi**

No	Dimensi	Keterangan
1	<i>Sense</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penglihatan tamu akan dimanjakan dengan nuansa jawa yang sangat kental mulai dari tampilan dan makananya</li> <li>2. Musik yang diputar membuat suasana tradisional Jawa semakin kental.</li> </ol>
2	<i>Feel</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Musik yang diputar kental bernuansa Jawa. Seperti campur sari dan dangdut.</li> </ol>
3	<i>Think</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Budaya Jawa yang kental</li> </ol>
4	<i>Act</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepraktisan prosedur untuk konsumen dalam melakukan pemesanan dan pembayaran.</li> <li>2. Rumah Makan Mas Edi memiliki aneka ragam menu yang berbeda sehingga konsumen tertarik untuk mencoba.</li> </ol>
5	<i>Relate</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. RM Ayam Tumis Mas Edi sebagai sarana untuk bersantap bersama teman dan keluarga .</li> <li>2. Selain di media social, konsumen langsung berhadapan dengan sang pemilik rumah makan dan dipersilahkan untuk menyampaikan kritik dan saran.</li> </ol>

**Sumber :** Data Primer Yang Diolah, 2017

**Tabel 1.5 : *Customer Value* Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi**

No	Dimensi	Keterangan
1	Nilai produk	Produk/Makanan yang di sediakan di rumah makan Ayam Tumis Mas Edi bernilai higienis dan terjamin karna ayam yang dikonsumsi berasal dari peternakan langganan yang sudah puluhan tahun serta bahan-bahan dan bumbu-bumbu dapur yang berkualitas.
2	Nilai Pelayanan	Pelayanan yang disediakan di rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi tergolong baik karna pelayan yang banyak dan cepat tanggap saat kita akan memesan makanan dan setelah memesan makanan
3	Nilai Harga	Harga yang ditawarkan dinilai bisa dibbilang murah karna letak yang termasuk di tengah kota Pekanbaru yang pada umumnya restoran disekitarnya harga relative mahal, harga sangat memuaskan untuk menu yang disediakan.

**Sumber:** Data Primer Yang Diolah, 2017

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan

pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Mutu pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan sehingga mutu citra yang baik bukan berdasarkan pada persepsi perusahaan, melainkan pada konsumen. Minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

Kurangnya kepuasan akan mengakibatkan konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang pada sebuah perusahaan atau merek tertentu. Sebuah perusahaan dapat mengetahui kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada perusahaan tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan.

Alasan penulis menjadikan rumah makan Ayam Tumis Mas Edi sebagai objek penelitian adalah jika melihat fakta yang ada di lapangan bahwa rumah makan Ayam Tumis Mas Edi merupakan rumah makan yang bisa dikatakan sederhana dan juga tempat yang minimalis yang berdiri di Kota Pekanbaru namun menurut wawancara penulis terhadap pemilik rumah makan ini, sudah banyak sekali konsumen yang berdatangan setiap hari untuk melakukan pembelian ulang ke rumah makan yang memiliki menu andalan ayam tumis ini ini. Selain itu juga tempat yang bernuansa Jawa dan lokasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rumah makan yang strategis menjadi salah satu alasan penulis menjadikan rumah makan Ayam Tumis Mas Edi menjadi objek penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian tentang nilai pelanggan (*customer value*) dan pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang di studikan pada restoran Ayam Tumis Mas Edi Oleh karena itu penulis memilih judul : **“Pengaruh *Customer Value* dan *Customer Experience* terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi Pekanbaru)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Customer Value* berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang pada konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi?
2. Apakah *Customer Experience* berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang pada konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi?
3. Apakah *Customer Value* dan *Customer Experience* berpengaruh secara simultan terhadap Pembelian Ulang konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan:

- a. Untuk menguji pengaruh *Customer Value* secara parsial terhadap Pembelian Ulang konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk menguji pengaruh *Customer Experience* secara parsial terhadap Pembelian Ulang konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi
- c. Untuk menguji pengaruh *Customer Value* dan *Customer Experience* secara simultan terhadap Pembelian Ulang konsumen Rumah Makan Ayam Tumis Mas Edi

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi pengelola restoran

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau informasi bagi pengelola rumah makan Ayam Tumis Mas Edi untuk mengetahui dimensi dari *customer experience* dan *customer value* yang berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen. Dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada pembelian ulang konsumen.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan seberapa besar pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap pembelian ulang konsumen.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## c. Bagi Peneliti

Sebagai ilmu pengetahuan dibidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori teori yang diperoleh dari bangku kuliah dan menghubungkannya dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian pengetahuan tentang konsep pemasaran khususnya *customer experience* dan *customer value*.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan landasan teori yang mendukung perumusan masalah penelitian, kutipan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengujian hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai jenis atau variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisa data.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi misi dan karakteristik tempat penelitian, serta struktur-struktur tempat penelitian.

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan pembahasan terhadap permasalahan yang diteliti, serta mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi.