

**ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND AWARENESS* PADA  
*EVENT* DINO NIGHT RUN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN  
PELANGGAN**

**(Studi pada Jawa Timur Park 3)**

***SCRIPTPRENEUR***

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Salsabila Hanan**

**202010160311468**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

#### ANALISIS CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND AWARENESS PADA EVENT DINO NIGHT RUN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Jawa Timur Park 3)

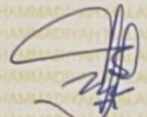
Oleh :

Salsabila Hanan

202010160311468

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 23 JANUARI 2024

Pembimbing I,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Pembimbing II,



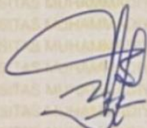
Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## HALAMAN PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

#### ANALISIS CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND AWARENESS PADA EVENT DINO NIGHT RUN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Jawa Timur Park 3)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Salsabila Hanan  
NIM : 202010160311468  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 JANUARI 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.  
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.  
Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.  
Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

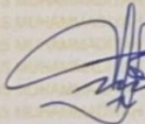
  
.....  
2   
.....  
3   
.....  
4   
.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

  
.....

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

  
.....

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINILITAS

### PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsabila Hanan  
NIM : 202010160311468  
Program Studi : Manajemen  
E-mail : [salsabilahanan36@gmail.com](mailto:salsabilahanan36@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku

Malang, 22 Januari, 2024

Yang membuat pernyataan,



Salsabila Hanan

**ANALYSIS OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND AWARENESS  
AT THE DINO NIGHT RUN EVENT IN INCREASING CUSTOMER  
SATISFACTION  
(Study at Jawa Timur Park 3)**

Salsabila Hanan, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

*Department of Management, University of Muhammadiyah Malang*

*E-mail: [salsabilahanan36@gmail.com](mailto:salsabilahanan36@gmail.com)*

**ABSTRACT**

The tourism industry was destroyed during the Covid-19 pandemic, but there was also a positive impact, namely the emergence of a running trend among the community. Apart from that, increasing competition in the tourism industry is one of the main foundations in determining the right marketing strategy to fulfill consumers' visiting interests and make them loyal customers. This research focuses on the Dino Night Run marketing event which is one of Jawa Timur Park 3's strategies to create CX (Customer Experience) and Brand Awareness which can increase customer satisfaction. The type of research used is descriptive qualitative research with purposive sampling techniques. The data collection methods used were participatory action research, interviews, documentation, and focus group discussions (FGD). The results of this research show that the role of event marketing strategy at Jawa Timur Park 3 creates customer experience and brand awareness which is able to increase customer satisfaction for the sustainability of Jawa Timur Park 3's business.

**Keywords:** *Event Marketing Strategy, Customer Experience, Brand Awareness, Jawa Timur Park 3, Customer Satisfaction.*

**ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND AWARENESS* PADA  
*EVENT* DINO NIGHT RUN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi pada Jawa Timur Park 3)**

Salsabila Hanan, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

*E-mail:* [salsabilahanan36@gmail.com](mailto:salsabilahanan36@gmail.com)

**ABSTRAK**

Industri pariwisata sempat hancur saat masa Pandemi Covid-19, Namun juga ada dampak positif yaitu munculnya *trend* lari di kalangan masyarakat. Selain itu, persaingan yang semakin meningkat dalam industri pariwisata menjadi salah satu landasan utama dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam memenuhi minat berkunjung konsumen dan menjadikannya pelanggan yang loyal. Penelitian ini berfokus pada *event marketing* Dino Night Run yang menjadi salah satu strategi Jawa Timur Park 3 guna memunculkan *CX (Customer Experience)* dan *Brand Awareness* yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknis *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah *participatory action research*, wawancara, dokumentasi, dan *focus group discussion (FGD)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peranan strategi *event marketing* pada Jawa Timur Park 3 memunculkan *customer experience* dan *brand awareness* yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan guna keberlangsungan bisnis Jawa Timur Park 3.

**Kata Kunci:** Strategi *Event Marketing*, *Customer Experience*, *Brand Awareness*, Jawa Timur Park 3, *Customer Satisfaction*.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, trahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Analisis *Customer Experience* dan *Brand Awareness* pada *Event* Dino Night Run dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Jawa Timur Park 3)”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Ibu Prof. Idah Zuhroh, M.M.
3. Ketua Program Studi, Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M.
4. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M., dan Bapak Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.
5. Bapak/Ibu Dosen Penguji Bapak Dr. Marsudi, M.M., dan Bapak Rinaldy Ahmad R.F, SAB., M.M.
6. Rekan-rekan penulis dan teman-teman COE Tourism and Hospitality Jawa Timur Park Group.
7. Secara khusus, orang tua dan keluarga tercinta Ayah Tugino Candra Kartiko, Bunda Yuliati, Adik Naufal Abiyu, dan M. Totti Abiansyah.

Hanya ungkapan terima kasih dan do’a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya

persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 22 Januari 2024

Penulis,

(Salsabila Hanan)





## DAFTAR ISI

<b>ANALISIS <i>CUSTOMER EXPERIENCE</i> DAN <i>BRAND AWARENESS</i> PADA <i>EVENT</i> DINO NIGHT RUN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Jawa Timur Park 3)</b> .....	1
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiv
<b>SERTIFIKAT PLAGIASI</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis .....	7
1.4.2 Manfaat Akademis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Customer Experience (CX)</i> .....	8
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	9
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	10

2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Kerangka Konseptual .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1 Pendekatan atau Jenis Penelitian .....	15
3.2 Lokasi Penelitian .....	15
3.3 Subyek Penelitian .....	15
3.4 Fokus Penelitian .....	15
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	15
3.6 Metode Analisis Data .....	16
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>17</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	17
4.1.1 Jawa Timur Park 3 .....	17
4.1.2 Dino Night Run .....	20
4.2 Analisis Hasil Penelitian .....	23
4.2.1 <i>Customer Experience</i> pada <i>Event</i> Dino Night Run Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Jawa Timur Park 3 .....	23
4.2.2 <i>Brand Awareness</i> pada <i>Event</i> Dino Night Run Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jawa Timur Park 3 .....	25
4.3 Pembahasan .....	26
4.3.1 <i>Customer Experience</i> pada <i>Event</i> Dino Night Run Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Jawa Timur Park 3 .....	26
4.3.2 <i>Brand Awareness</i> pada <i>Event</i> Dino Night Run Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Jawa Timur Park 3 .....	29
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>31</b>
5.1 Kesimpulan .....	31
5.2 Saran .....	32
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>33</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Daftar usaha milik Jawa Timur Park Group .....	2
<b>Tabel 1.2</b> Event Jawa Timur Park Group Periode September-November 2023.....	3
<b>Tabel 1.3</b> Total Pengunjung Objek Wisata Kota Batu Tahun 2022.....	3
<b>Tabel 1.4</b> Total Pengunjung Jawa Timur Park 3 Periode Tahun 2019-2022.....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	13



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Grafik Total Pengunjung Jawa Timur Park 3.....	4
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual.....	15
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi Jawa Timur Park 3.....	21
<b>Gambar 4.2</b> Rute Dino Night Run.....	22
<b>Gambar 4.3</b> Jersey, medali, race pack, refreshment, dan BIB number.....	22



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b> Dokumentasi Magang.....	35
<b>Lampiran</b> Transkrip Wawancara.....	38




## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Kim, W. G., Li, J., & Jeon, H. M. (2018). Make it delightful: Customers' experience, satisfaction and loyalty in Malaysian theme parks. *Journal of Destination Marketing and Management*, 7, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.05.003>
- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Dewi Maharani, S. (2022). Kepuasan pelanggan ditinjau dari customer experience, customer value, dan brand image. In *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 19, Issue 3).
- Iqbal, M., Dahlan, A., & Kholid Mawardi, F. M. (2015). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 28, Issue 1).
- Irma Suryani, A. (n.d.). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal.
- Moncey, A. A., & Baskaran, K. (2020, November 24). Digital Marketing Analytics: Building Brand Awareness and Loyalty in UAE. *2020 IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions, ICTMOD 2020*. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD49425.2020.9380579>
- Mulya, S., Sujaini, H., Hadari Nawawi, J. H., & Pontianak, K. (n.d.). *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika) Analisis Sentimen Tren Olahraga di Masa Pandemi COVID-19 pada Twitter dengan Metode Naïve Bayes Classifier (NBC)*.
- Ni Ketut Riani. (n.d.). *Pariwisata adalah pisau bermata 2*.
- Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Ardiansyah, P., Jailani, Ms., Negeri, S., Provinsi Jambi, B., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Pratama, H., & Suprpto, B. (2017). *Global Journal of Business and Social Science Review The Effect of Brand Image, Price, and Brand Awareness on Brand Loyalty: The Rule of Customer Satisfaction as a Mediating Variable*. [www.gatreenterprise.com/GATRJournals/index.html](http://www.gatreenterprise.com/GATRJournals/index.html)


- Quinn, C. E. (n.d.). Pengaruh Brand Awareness Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Brand Image* dan *Customer Experience* Sebagai Media Intervening pada *Marketplace* Peken Suarabaya.
- Rather, R. A. (2020). Customer experience and engagement in tourism destinations: the experiential marketing perspective. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 15–32. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1686101>
- Rita, O. :, & Trimulyani, F. M. (2022). *Satisfaction* Serta Dampaknya pada *Customer Loyalty*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Satria, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 3).
- SKRIPSI. (n.d.).
- Suryaningsih, I. B. (2020). Reflection of Customer Experience and Destination Image of Tourist Trust through Satisfaction Mediation. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.26487/hebr.v4i1.2329>
- Wan Jusoh, W. A., Mohd Ishar, N. I., Sjahrir, M. I., & Hussin, N. F. S. (2022). Strategies to Improve Customer Experience: A Case of an Online Shopping Platform in Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(3), 330–346. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.40294>
- Yuningsih, E., Gemina, D., & Silaningsih, E. (2021). Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Pariwisata. In *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)* (Vol. 1, Issue 3). <https://journal.y3a.org/index.php/mudima>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi *The Type of Descriptive Research in Communication Study*. In *Jurnal Diakom* (Vol. 1, Issue 2).

# SERTIFIKAT PLAGIASI

 **Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 19/1/2024

Kode : 2273138573  
Nama : Salsabila Hanan  
NIM : 202010160311468  
Prodi : Manajemen  
Naskah publikasi : LULUS  
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP  
  
Kenny Roz., S.Kom., M.M

## ANALYSIS OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND AWARENESS AT THE DINO NIGHT RUN EVENT IN INCREASING CUSTOMER SATISFACTION (Study on Jawa Timur Park 3)

### ORIGINALITY REPORT

<b>5</b> %	<b>2</b> %	<b>4</b> %	<b>%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Muh Haerdiansyah Syahnur, Jafar Basalamah, Ackhriansyah Ahmad Gani. "Customer Experience Factor Analysis Towards Customer Satisfaction Online Shopping", Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 2020 Publication	<b>2</b> %
<b>2</b>	Lidya Wati Evelina, Karina Sarah Praishella. "The Customer Experience of Fashion Collaboration Branding Uniqlo Marni in Indonesia", E3S Web of Conferences, 2023 Publication	<b>1</b> %
<b>3</b>	ijbe-research.com Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	www.coursehero.com Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	ijbs.ipmi.ac.id Internet Source	<b>1</b> %