

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT
BELI ULANG KONSUMEN PADA MIE SAKERA CABANG
DANAU TOBA JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

**Dwi Oktavia Nirmalasari
17.1041.1105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP MINAT
BELI ULANG KONSUMEN PADA MIE SAKERA CABANG
DANAU TOBA JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1)**



Oleh:

**Dwi Oktavia Nirmalasari
17.1041.1105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Oktavia Nirmalasari

Nim : 1710411105

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA MIE SAKERA CABANG DANAU TOBA JEMBER ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 31 Desember 2021
Yang menyatakan,



Dwi Oktavia Nirmalasari
Nim. 17.1041.1105

MEMORANDUM SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT
BELI ULANG KONSUMEN PADA MIE SAKERA CABANG
DANAU TOBA JEMBER**

Oleh :

Dwi Oktavia Nirmalasari

NIM. 17.1041.1105

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah S. E, M.M



Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si



LEMBAR PENGESAHAN

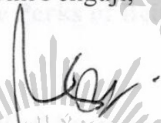
Skripsi berjudul; *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 31 Desember 2021

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Trias Setyowati SE., MM

NPK. 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,


Feti Fatimah SE., MM

NPK. 07 09 622


Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si

NPK. 84 07 039

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Program Studi,


Maheni Ika Sari SE., MM
NIP. 197708112005012001


Achmad Hasan Hafidzi SE., MM
NPK. 1986051411703796

MOTTO

**“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”
(QS. Ar- Rahman : 13)**

**“Maka sekali – kali janganlah kehidupan dunia memperdayakanmu”
(QS. Fatir : 5)**

***“And if somebody else has it much worse, that doesn’t really change the fact
that you have what you have. Good and bad.”***

(Stephen Chbosky, The Perks of Being a Wallflower)

“I know these will all be stories someday.”

(Stephen Chbosky, The Perks of Being a Wallflower)



PERSEMBAHAN

Sujud syukur-ku persembahkan pada ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. ALLAH SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang telah diberikan dengan segala kemudahan sehingga dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW atas segala tuntunan dalam hidup.
3. Kepada kedua orang tua saya Bapak H. M. Moelyono dan Ibu Endang Koesrini yang telah memberikan kasih sayang, selalu mendoakan dan mendukung serta memberikan yang terbaik dalam segala hal selama sejarah hidup saya.
4. Tri Arso Laksono dan Dewi Ayu Puspitasari, kakak yang sangat saya sayangi yang selalu memberikan dukungan, inspirasi, semangat dan menjadi teman diskusi.
5. Teman-teman seperjuangan Manajemen C 2017. Terimakasih atas kepedulian dan bantuannya selama penyusunan skripsi.
6. Untuk Mamik Kusuma Ningrum, Afiril Inisia Hajar, Ririn Windari, Rifki Maulina Nurfadilah, Anis Setyowati dan Hana Erinda. Tanpa kalian skripsi ini tidak akan selesai. Terimakasih.
7. Untuk sahabat seperjuangan Arwanda Hedy Sagita dan Diah Dwi Nursyaidah. Terimakasih untuk semua dukungan, perhatian dan bantuan yang kalian berikan demi dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Riza Mardhia A terimakasih atas waktu dan support yang diberikan.
9. Para konsumen Mie Sakera cabang Danau Toba Jember selaku responden dari penelitian ini yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk data dalam penelitian.
10. Bapak Totok selaku pemilik dari Mie Sakera yang telah membantu memberikan informasi terkait kebutuhan skripsi ini dan memberikan waktu, izin serta tempat untuk melakukan penelitian.
11. Almamater yang saya banggakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.”

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Maheni Ika Sari, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Achmad Hasan Hafidzi, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Wenny Murtalining Tyas, Dra., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan serta pengarahannya hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias Setyowati SE., MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staff Pengajar atau Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan dan semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata dari penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 31 Desember 2021

Penyusun



Dwi Oktavia Nirmalasari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat penelitian.....	9
BAB 2.....	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	13
2.1.2.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen.....	15
2.1.2.2 Dimensi minat pembelian ulang.....	15
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	16

2.1.3.1 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	17
2.1.3.2 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	17
2.1.3.3 Strategi <i>Experiential Marketing</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	23
1.3 Hipotesis Penelitian.....	24
1.3.1Pengaruh <i>Sense Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang Kosumen	24
1.3.2Pengaruh <i>Feel Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	24
1.3.3Pengaruh <i>Think Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	25
1.3.4Pengaruh <i>Act experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	25
1.3.5Pengaruh <i>Relate Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang	25
BAB 3.....	26
3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	26
3.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3 Desain Penelitian.....	28
3.4 Jenis Dan Sumber Data	29
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Populasi	29
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6.1 Kuisisioner (<i>angket</i>).....	31
3.6.2 Penelitian Kepustakaan (<i>library research</i>).....	31
3.6.3Wawancara.....	31

3.7	Tehnik Analisis Data.....	31
3.7.1	Uji Validitas	31
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	32
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.9.1	Uji Normalitas.....	33
3.9.2	Uji Heterokedasitas	33
3.9.3	Uji Multikolonearitas	34
3.10	Uji Hipotesis.....	34
3.10.1	Uji t (parsial)	34
3.10.2	Koefisien Determinasi.....	34
BAB 4	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1	Sejarah Mie Sakera Cabang Danau Toba Jember	35
4.1.2	Struktur Organisasi Mie Sakera	35
4.1.3	Wewenang dan Tanggung Jawab	36
4.2	Hasil Analisis Data.....	36
4.2.1	Deskripsi Responden.....	36
4.2.2	Statistik Deskriptif.....	38
4.3	Teknik Analisis Data.....	49
4.3.1	Uji Validitas	49
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.4	Regresi Linear Berganda.....	50
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1	Uji Normalitas.....	52
4.5.2	Uji Multikolonearitas.....	53

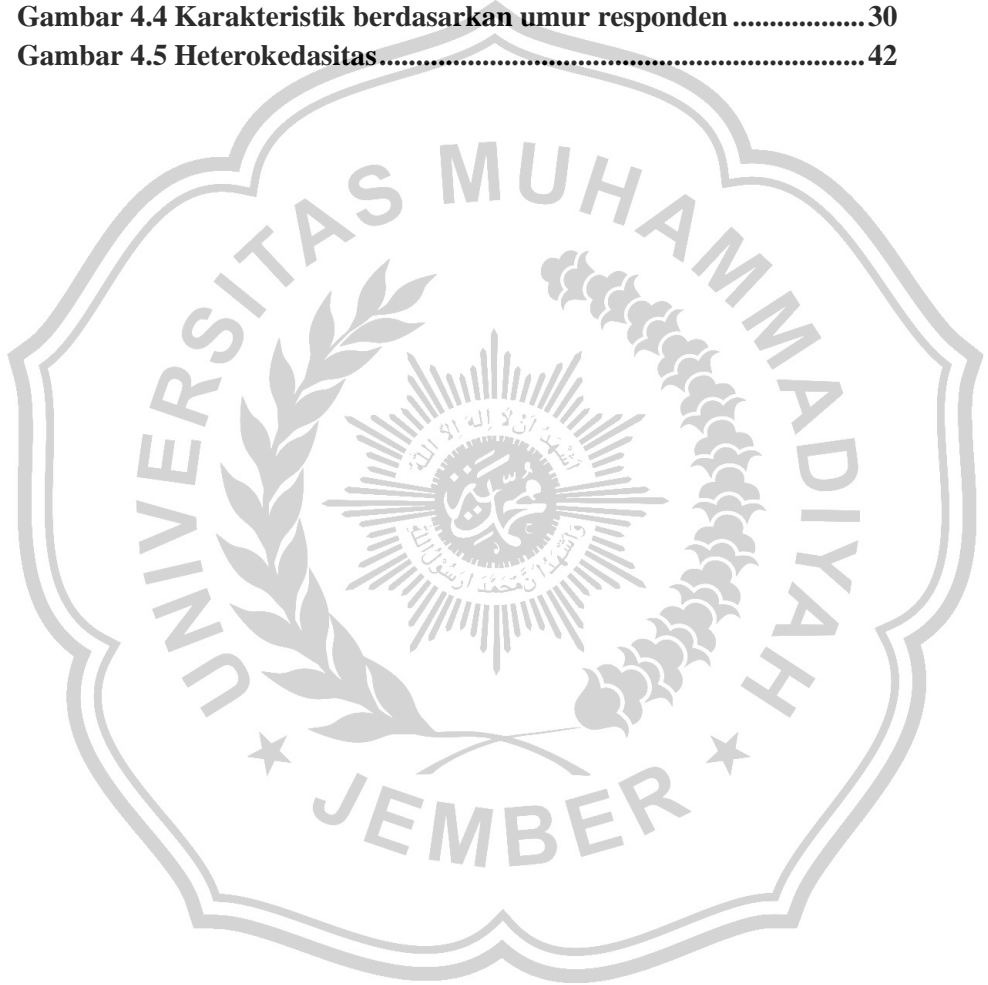
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.6 Uji Hipotesis.....	54
4.6.1 Uji t (parsial)	54
4.6.2 Koefisien Determinasi.....	55
4.7 Pembahasan atas Hasil Penelitian	56
4.7.1 Pengaruh <i>Sense</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.....	56
4.7.2 Pengaruh <i>Feel</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.....	56
4.7.3 Pengaruh <i>Think</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.....	57
4.7.4 Pengaruh <i>Act</i> Terhadap Minat Beli Ulang pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.....	57
4.7.5 Pengaruh <i>Relate</i> Terhadap Minat Beli Ulang pada Mie Sakera cabang Danau Toba Jember.....	58
BAB 5.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data cabang dari Mie Sakera tahun 2019-2020.....	5
Tabel 1.2 Data Mie Sakera cabang Danau Toba Jember	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Tanggapan Karakteristik Responden	29
Tabel 4.2 Responde Menurut Usia	30
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden X1.1	31
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden X1.2	31
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden X1.3	31
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden X1.4	32
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden X1.5	32
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden X2.1	33
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden X2.2	33
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden X2.3	33
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden X3.1	34
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden X3.2	34
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden X4.1	35
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden X4.2	35
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden X4.3	35
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden X5.1	36
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden X5.2	36
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden X5.3	37
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Y.1	37
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Y.2	37
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Y.3	38
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Y.4	38
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.25 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov Smirnov	41
Tabel 4.27 Hasil Multikolenearitas	42
Tabel 4.28 Hasil Uji T	43
Tabel 4.29 Hasil Uji Koefisien Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual	19
Gambar 4.1 Logo Mie Sakera	28
Gambar 4.2 Struktur organisasi	29
Gambar 4.3 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	30
Gambar 4.4 Karakteristik berdasarkan umur responden	30
Gambar 4.5 Heterokedasitas.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2. Karakteristik Responden	70
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden	71
Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Responden	78
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Variabel.....	81
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen Data	88
a. Uji Validitas	88
b. Uji Realibilitas	93
Lampiran 7. Analisis Regresi Linear Berganda	95
Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	97
a. Uji Normalitas Data	97
b. Uji Multikoloneritas.....	98
c. Uji Heterokedasitas.....	98
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	99
a. Uji T Parsial.....	99
Lampiran 10. Koefisien Determinasi (R^2).....	100
Lampiran 11. R Tabel.....	101
Lampiran 12. Dokumentasi.....	102