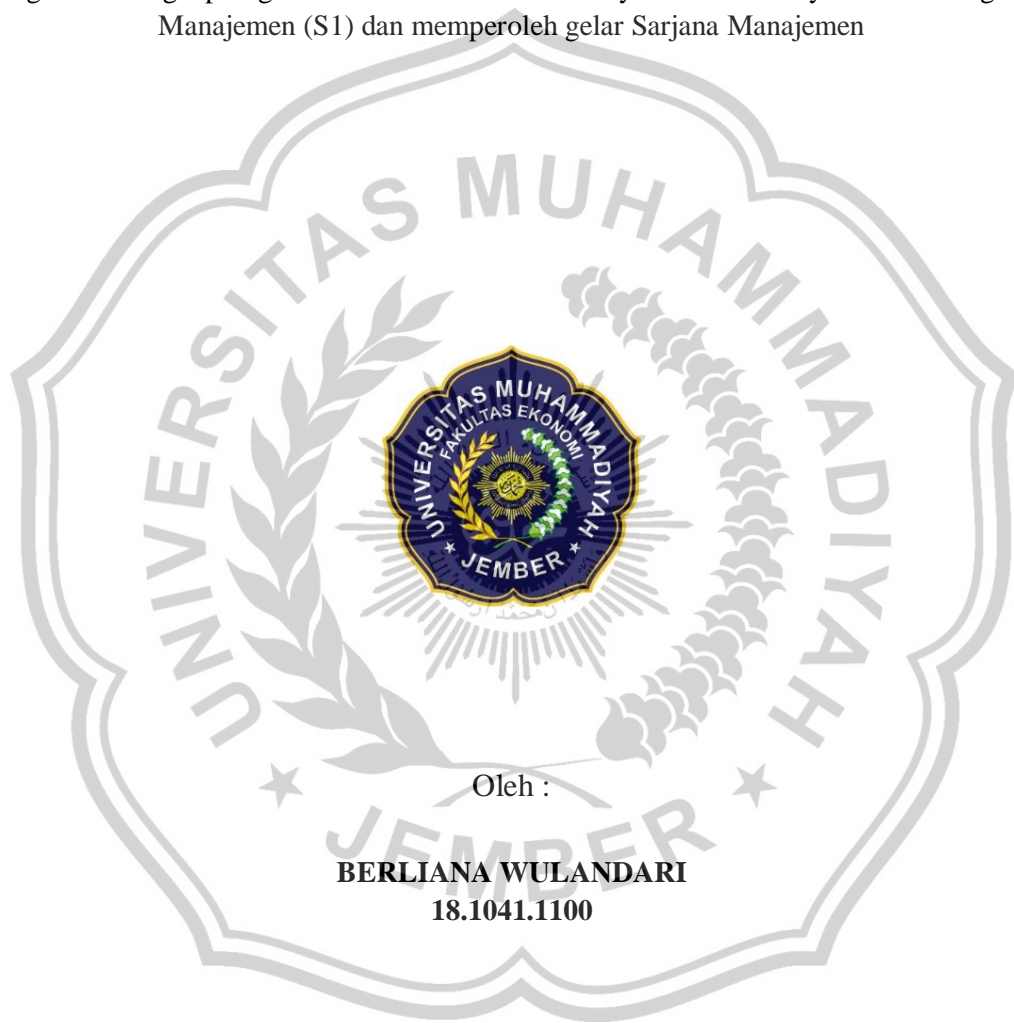


**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

BERLIANA WULANDARI
18.1041.1100

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Berliana Wulandari
NIM : 1810411100
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 18 Juli 2024
Yang menyatakan,



Berliana Wulandari
NIM. 1810411100



PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19



Oleh:
BERLIANA WULANDARI
18.1041.1100

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dra. Retno Endah Supeni, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping

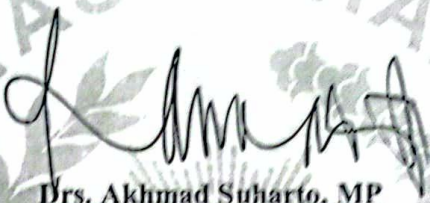
: Ahmad Izzuddin, SE., MM.

PENGESAHAN

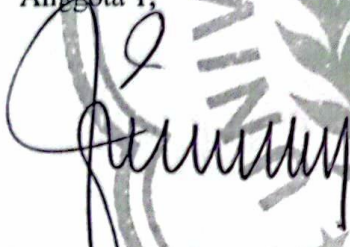
Skripsi berjudul: *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Berliana Wulandari
NIM : 1810411100
Hari : Kamis
Tanggal : 18 Juli 2024
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Drs. Akhmad Suharto, MP
NPK : 1962120118906242

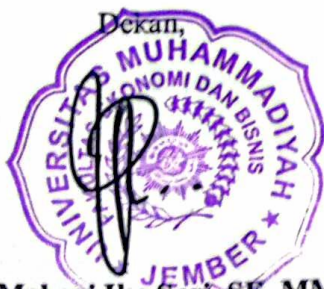
Anggota 1,


Dra. Retno Endah Supeni, MM
NPK : 1967052219510256

Anggota 2,


Ahmad Izzuddin, SE., MM
NPK : 199610071165780

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,

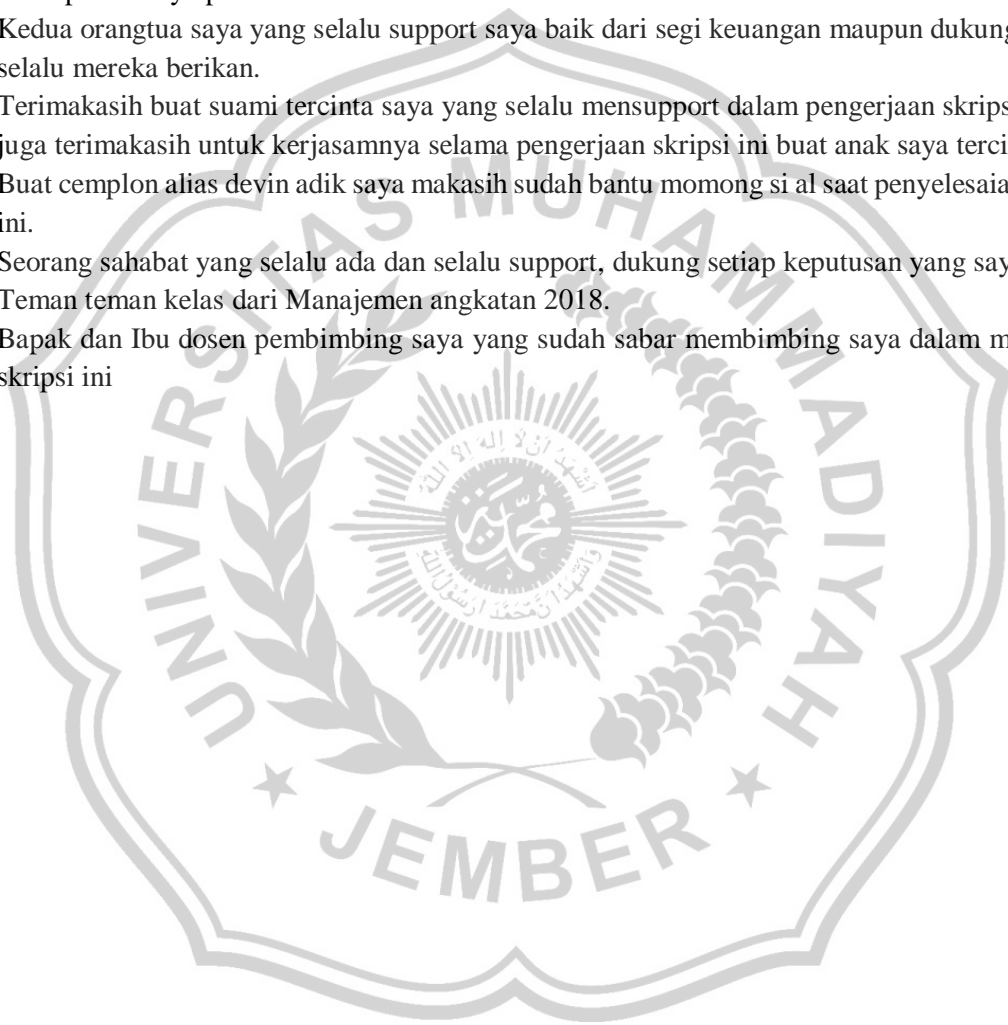

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM
NPK : 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19*, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Terimakasih buat suami tercinta saya yang selalu mensupport dalam pengerjaan skripsi ini dan juga terimakasih untuk kerjasamanya selama pengerjaan skripsi ini buat anak saya tercinta.
3. Buat cemplon alias devin adik saya makasih sudah bantu momong si al saat penyelesaian skripsi ini.
4. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
5. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
6. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)

"Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu,"

(HR Ahmad).

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON ATHA JEMBER PASCA PANDEMI COVID-19*, Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP. selaku ketua penguj skripsi.
3. Ibu Dra. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing I dan
4. Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
7. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

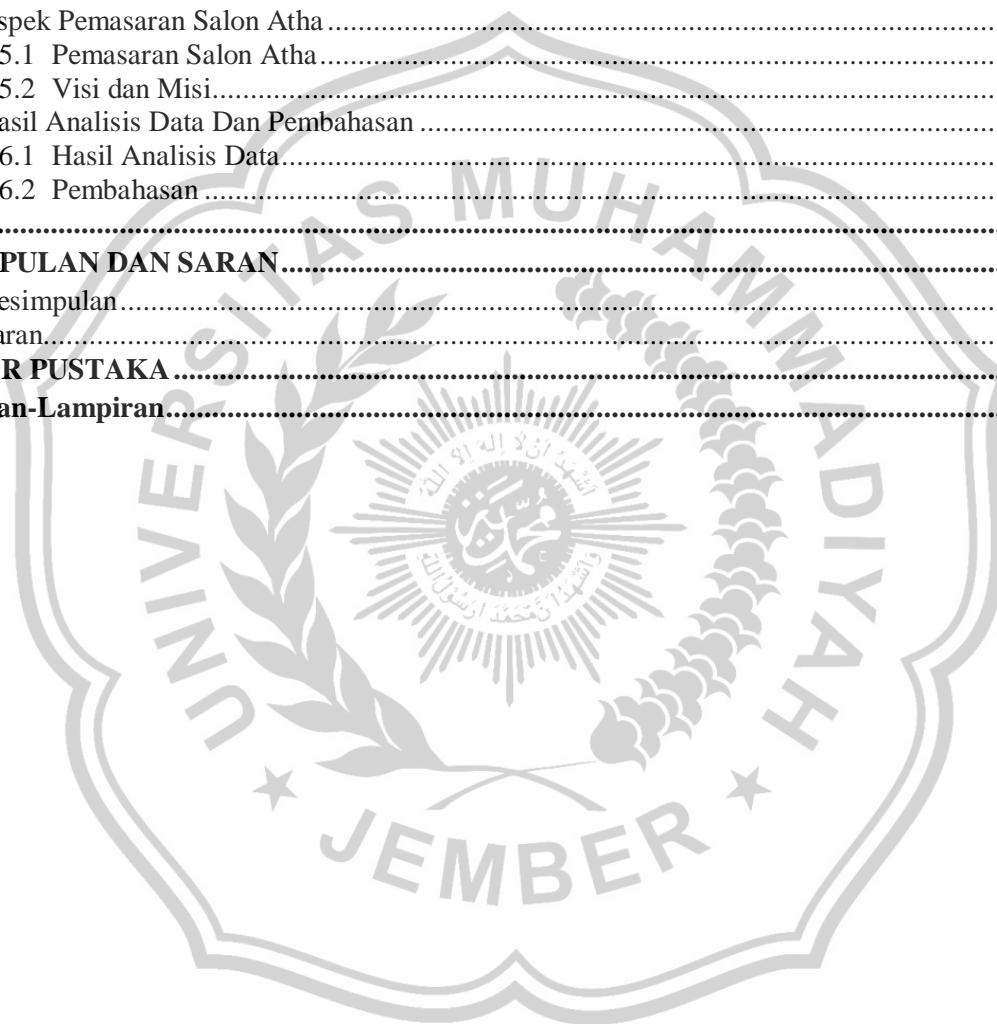
Jember, 18 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Unsur-Unsur Utama Pemasaran	7
2.1.3 Perilaku Konsumen	8
2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.6 Promosi.....	11
2.1.7 Harga	13
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis	21
2.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
BAB 3	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.3 Desain Penelitian	25
3.4 Jenis Data	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5.1 Populasi	25
3.5.2 Sampel	25
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Instrumen	27

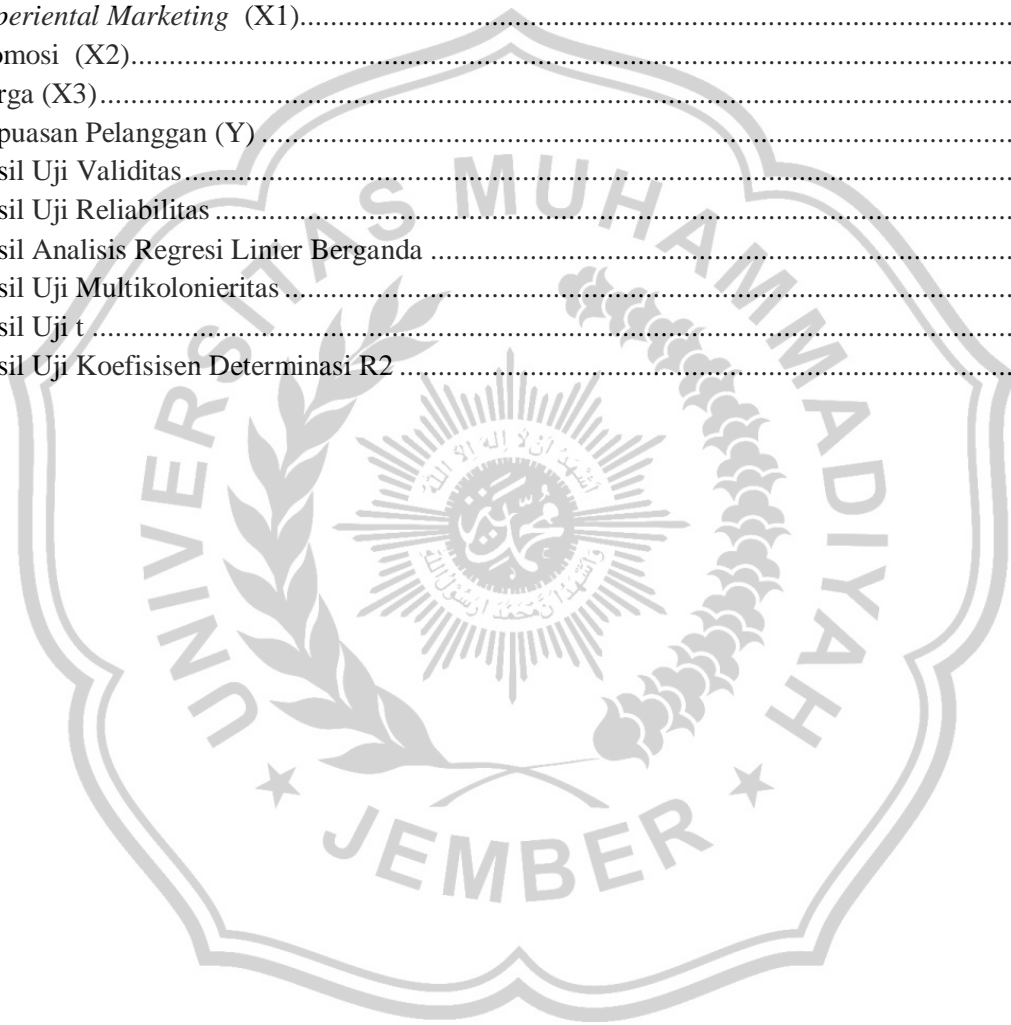
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.4 Uji Hipotesis	29
3.7.5 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	31
BAB 4	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Aspek Personalia Salon Atha.....	32
4.2 Jumlah Tenaga Kerja Salon Atha.....	32
4.3 Sistem Upah Karyawan Salon Atha.....	32
4.4 Aspek Personal Usaha Salon Atha.....	33
4.4.1 Jenis dan Peralatan Salon	33
4.5 Aspek Pemasaran Salon Atha.....	33
4.5.1 Pemasaran Salon Atha.....	33
4.5.2 Visi dan Misi.....	34
4.6 Hasil Analisis Data Dan Pembahasan	34
4.6.1 Hasil Analisis Data.....	34
4.6.2 Pembahasan	43
BAB 5	47
KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
Lampiran-Lampiran.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Daftar Pendapatan Bersih Per Tahun Salon Atha Jember 2018-2021	4
1.2	Hasil Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan Salon Atha Jember 2022	4
2.1	Penelitian Terdahulu	16
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2	Karakteristik Berdasarkan Umur.....	33
4.3	Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Jasa	34
4.4	<i>Experiential Marketing</i> (X1).....	34
4.5	Promosi (X2).....	35
4.6	Harga (X3).....	35
4.7	Kepuasan Pelanggan (Y).....	36
4.8	Hasil Uji Validitas	37
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	37
4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	39
4.12	Hasil Uji t	40
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Kerangka Konseptual	21
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	39
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Ijin Penelitian
7. Logbook Kegiatan Observasi dan Wawancara

