



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada
Semboro Minimarket, Desa Semboro Kec. Semboro Kab. Jember)**

SKRIPSI

Oleh :

Bella Kurnia Amanda

NIM. 14.10.41.13.31

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

JANUARI, 2019

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada Semboro Minimarket, Desa Semboro Kec. Semboro Kab. Jember) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 09 Januari 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. A Suharto, MP

NPK 89 06 242

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M Naely Azhad, M. Si

NIP 196612311993031006

Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 640

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK 01 09 289

Drs. Anwar M.Sc

NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada Semboro Minimarket, Desa Semboro Kec. Semboro Kab. Jember)”**. Karya tulis ilmiah (skripsi) dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Drs. M Naely Azhad, M. Si selaku Dosen Pembimbing I dan Haris Hermawan, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. A Suharto, MP selaku Dosen Penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staff Pengajaran dan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Pihak Semboro Minimarket yang telah memebrikan izin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.

7. Ayah dan ibu tercinta, yang selalu mendoakan, member dukungan serta perhatiannya yang luar biasa.
8. Kakak-kakakku tersayang yang telah memotivasi dalam penulisan skripsi ini.
9. Untuk teman-temanku terimakasih sudah menemani suka duka dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen G angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Teman-teman KKN 46 yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baiknya. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan yang terdapat di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, 09 Januari 2019

Penulis

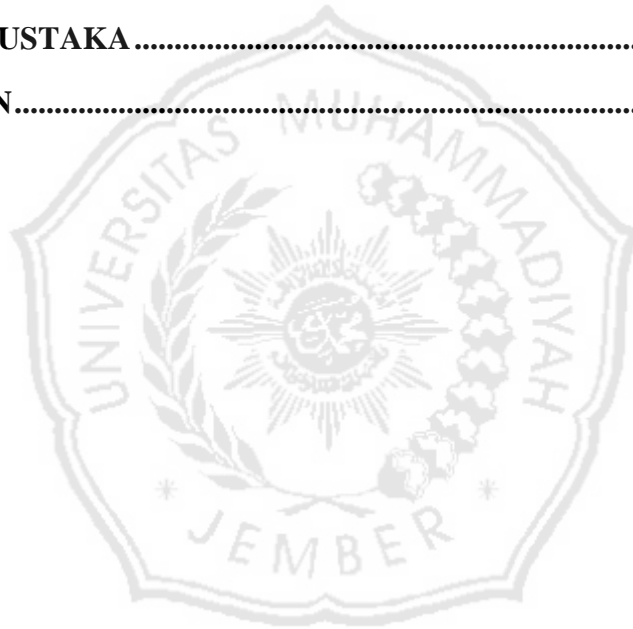
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Pemasaran	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2. Proses Pemasaran	7
2.2. <i>Experiential Marketing</i>	8
2.2.1. Pengertian <i>Experiential</i>	8

2.2.2. Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	8
2.2.3. Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	10
2.2.4. Indikator <i>Experiential Marketing</i>	10
2.3. Kepuasan Pelanggan	11
2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.3.2. Manfaat-manfaat Spesifik Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3.5. Tingkatan Kepuasan Pelanggan	14
2.4. Loyalitas Pelanggan	14
2.4.1. Pengertian Loyalitas.....	14
2.4.2. Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	14
2.4.3. Faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan.....	15
2.4.4. Karakteristik Pelanggan Yang Loyal	15
2.4.5. Indikator Loyalitas Pelanggan	16
2.4.6. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	16
2.4.7. Tahap-tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan	17
2.4.8. Tingkatan Loyalitas.....	18
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.6. Kerangka Konseptual.....	21
2.7. Hipotesis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Variabel Penelitian	23
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1 Variabel Bebas	23
3.3. Jenis Data	25
3.3.1 Data Primer	25
3.3.2. Data Sekunder	25
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.4.1. Populasi dan Sampel	25
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	26

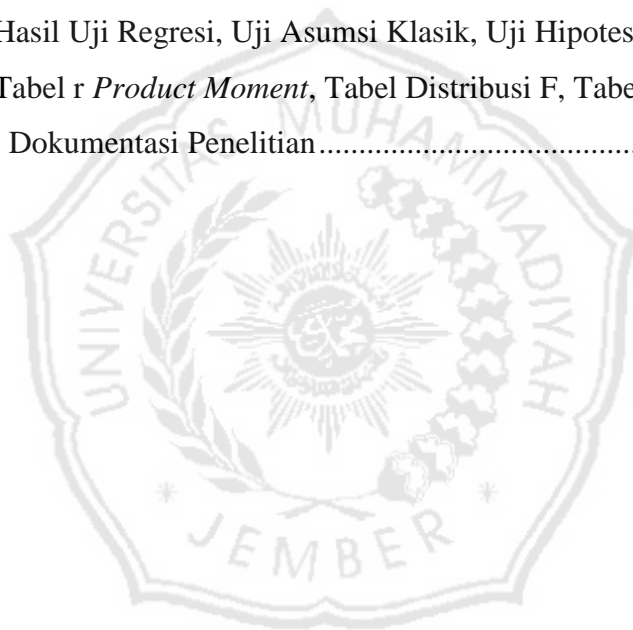
3.4.3. Teknik Pengukuran Data.....	27
3.5. Metode Analisis Data.....	28
3.5.1. Uji Instrumen Data.....	28
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.4. Uji Hipotesis	31
3.6. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1. Sejarah Singkat Minimarket Semboro	34
4.1.2. Struktur Organisasi.....	34
4.1.3. Fungsi dan Tugas Jabatan.....	35
4.2. Visi dan Misi Minimarket Semboro.....	35
4.2.1. Visi	35
4.2.2. Misi.....	35
4.2.3. Sistem Upah	36
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	36
4.3.1. Deskripsi Statistik Responden	36
4.4. Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
4.4.1. <i>Experiental Marketing</i>	39
4.4.2. Kepuasan Pelanggan.....	40
4.4.3. Loyalitas Pelanggan	42
4.5. Analisis Data	43
4.5.1. Pengujian Instrumen Data	43
4.5.1.1. Pengujian Validitas Data	43
4.5.1.2. Pengujian Reliabilitas Data.....	44
4.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.5.3. Pengujian Asumsi Klasik	46
4.5.3.1. Pengujian Normalitas.....	46
4.5.3.2. Pengujian Multikolinearitas.....	47

4.5.3.3. Pengujian Heterokedastisitas	48
4.5.4. Pengujian Hipotesis	49
4.5.4.1. Uji t	49
4.6. Koefisien Determinasi.....	50
4.7. Pembahasan.....	50
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	57
Lampiran 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner	59
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	65
Lampiran 5 Frekuensi Pernyataan Responden.....	68
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	73
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	76
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	79
Lampiran 9 Tabel r <i>Product Moment</i> , Tabel Distribusi F, Tabel Distribusi t.....	84
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian.....	93



DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Hamzah. 2007 *“Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust terhadap Merek Mentari”*. Manajemen Usahawan Indonesia (UMI): No.06/ Th.36/ Juni 2007, Hal.22-28
- Andreani, Fransisca. 2007. *”Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2 No.1 April hal.1 –8.
- Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *“Strategi Pemasaran”*, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- Ferdinand. 2002. *“Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen”*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Jakarta. Penerbit Erlangga
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*, Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Griffin, Jill. 2003. *“Customer Loyalty :Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan”*. Jakarta :Airlangga.
- Handal, Nehemia S. 2010. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studikasu: waroeng special sambal cab. Sompok Semarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomi.
- Iskandar. 2008. *“Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)”*. Jakarta: GP Press.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *“Marketing in Venus”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks, New Jersey

- Kotler, dan Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Phillip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kustini. 2007, “*Penerapan Experiential Marketing*”, Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7, no.2, UPN Veteran Jawa Timur.
- Mouren, Margaretha. 2004. “*Studi Mengenai Loyalitas Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJP Bumi Putra*”. Jurnal sains pemasaran Indonesia, vol. iii, no. 3 hal. 289-308
- Rahmawati. 2003. “*Pengaruh Sense dan Fell dari Experiential Marketing pada Soto Gebrak*.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.3 No.2 Agustus hal. 109-121
- Rizal, Muhammad. 2016, “*Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa*”. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.1, Mei 2016.
- Sangadji, E.M, dan Sopiah. 2013, perilaku Konsumen: *Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran. 2006. “*Metode Penelitian Untuk Bisnis*” Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Selnes, Fred. 1993. “*An Examination Of The Effect Of Product Performance on Brand Reputation and Loyalty*”, European Journal of Marketing. 27 (9), 19-35.
- Smilansky, shaz. 2009. “*Experiential Marketing: A Practical Gide To Interactive Brand Experiences*”. London and Philadelphia: kogan page.

- Suparyanto dan rosad. 2015. *Manajemen pemasaran*. IN MEDIA: Bogor.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung
Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *“Statistika Untuk Penelitian”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *“Metode Penelitian Manajemen”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung:
Alfabeta.
- Stanton, William J, 2003 *Prinsip Pemasaran*. Alih Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi
Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.
- Swastha, danirawan. 2003, *“Manajemen Pemasaran Modern”*, Yogyakarta,
penerbit: liberty Yogyakarta.
- Musanto, Trisno. 2004. *“Faktor-faktor Kepuasan dan Loyalitas :Studi Kasus
Pada CV Sarana Media Advertising Surabaya”*. Jurnal manajemen dan
kewirausahaan. Vol.6, no. 2. Universitas Kristen Petra.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT
Gramedia Pustaka Utama
- Wibowo, Ari Susanto. 2013. *“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai
Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen”*. 7350408009
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah dan Inspiratif
Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.