

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada The House Of Raminten Yogyakarta)**

**THE EFFECT OF *EXPERIENTIAL MARKETING* TOWARD *CUSTOMER LOYALTY* WITH *CUSTOMER SATISFACTION* AS INTERVENING VARIABLE**

**(A Case Study On The House Of Raminten Yogyakarta)**

**Skripsi**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Fakultas Ekonomi Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**Fitria Tsabita**

**20120410044**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

**SKRIPSI**

**Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan  
*Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening  
(Studi Pada The House Of Raminten Yogyakarta)**

***The Effect Of Experiential Marketing Toward Customer Loyalty With  
Customer Satisfaction As Intervening Variable  
(A Case Study On The House Of Raminten Yogyakarta)***



Diajukan Oleh

**Fitria Tsabita**

**20120410044**

Telah disetujui oleh:

Pembimbing

**Retno Widowati PA, M.Si.,Ph.D**  
NIK : 196304071991032001

Tanggal, 2016

**Skripsi**

**Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan  
*Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening  
(Studi Pada The House Of Raminten Yogyakarta)**

***The Effect Of Experiential Marketing Toward Customer Loyalty With  
Customer Satisfaction As Intervening Variable  
(A Case Study On The House Of Raminten Yogyakarta)***

Diajukan Oleh

Fitria Tsabita  
20120410044

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal

Yang terdiri dari

Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D  
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Winarso Drs., MM  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si  
NIK : 143016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fitria Tsabita

Nomor Mahasiswa : 20120410044

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **Pengaruh *Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada The House Of Raminten Yogyakarta)***

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 7 Maret 2016

**Fitria Tsabita**

## **Motto**

Ketika hari hari produktif, maka disitulah kita merasakan betapa setiap detik itu berharga

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al – Insyirah: 6-8)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al – Baqoroh :28)

“Entah akan berkarir atau menjadi ibu rumah tangga, seorang wanita wajib berpendidikan tinggi karena ia akan menjadi IBU. IBU-IBU CERDAS akan menghasilkan ANAK-ANAK CERDAS”

(Dian Sastro )

“Kecantikan dan kecerdasan seorang wanita dapat di lihat dari mana dia bisa cekatan dalam melakukan apapun tanpa mengantungkan bantuan pada orang lain

(Nanik Sudjatmiati)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

- Puji sukur kepada ALLAH SWT atas segala rahmad dan hidayah Nya yang telah memberikan nikmat kesehatan, kekuatan dan kesabaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
- Teruntuk Ayah Farid Wajdi dan Ibu Nanik Sudjatmiati yang selalu mendukung dan member motivasi dalam segala hal mengajari akan keiklasan, kesabaran, kesederhanaan. Do'akan Bitu supaya bisa menjadi anak sholihah, sehingga Bitu bisa membawa kebaikan untuk diri Bitu sendiri dan Ayah, Ibu tentunya.
- Terima kasih tak terhingga untuk dosen – dosen Program studi Manajemen UMY yang telah mengajar Bitu dari awal duduk di bangku kuliah sehingga selesai nya pendidikan S1, tak lupa juga dosen pembimbing skripsi Bitu ibu Retno Widowati yang telah meluangkan waktu, ilmu dan kesabaran untuk membimbing dan mengarahkan saya. Semoga Allah selalu membalas atas amal-amal kebaikan yang dosen –dosen telah berikan kepada saya.
- Teruntuk sahabat- sahabat saya Rina Eka Widjayanti, Linggar Saputri, Yuni Rahayu terima kasih untuk bimbingan dan dorongan semangatnya untuk Bitu. Semoga apa yang telah kita lakukan di kemudian harinya akan bermanfaat di kehidupan kita masing masing.
- Terima kasih kepada sahabat sahabat saya di Manajemen B 2012 yang telah menjadi teman dan sahabat dari awal kuliah hingga saat ini selalu bersama-sama semoga kedepannya kita akan sukses bersama.
- Terima kasih untuk saudara saudaraku di HIMAMA (Himpunan Mahasiswa Manajemen ), SENAT FE UMY 2013, KAMMI UMY, Permata Cendikia Gunung Kidul, KKN 80 UMY 2015, Catatan *Backpacker* Jogja yang telah memberikan pelajaran berarti di luar perkuliahan dan akan menjadi bekal di kemudian harinya. Semoga kedepannya kita bisa menjadi orang sukses dan juga berguna bagi sesama.
- Terima kasih kepada sahabat-sahabat Bitu di Mojokerto Alumni SMAN 1 Mojokerto 2012, Rohis SMAN 1 Mojokerto, IQRO Club Mojokerto,

Mojokerto Berbagi, dan yang lainnya, kenangan bersama kalian tidak mungkin terlupakan. Semoga kita tetap istoqomah.

- Terima kasih kepada Tim pengelola Sportorium UMY Bunda Alni Rahmawati, Mas Azi, Pak Fuad, Mas Adit, Mbak Sinta dan semuanya yang tidak bisa di sebutkan satu satu terima kasih untuk kesempatan yang diberikan kepada Bitu agar bisa bergabung di antara kalian semua, terimakasih untuk bimbingnya selama ini.
- Terima kasih kepada keluarga di Rumah Azzahro kak Uci, kak Mely, Mbak Riska, Mbak Uul, Mbak Nita, Mbak Eri, Mbak Ika, Mbak Lucy, Latif, Kiki, Nila, Ica, Nadia. Senang bisa stu atap dengan kalian, Semoga setelah kita semua lulus dan keluar dari Azzahro, kita bisa tetap berhubungan, tetap keluarga, tetap saudara.
- Dan yang terakhir terima kasih untuk semua saudara –saudara dan sahabat- sahabat yang telah menjadi bagian dari hidup saya maaf atas segala kekhilafan yang sengaja maupun tak sengaja, semoga kebaikan yang kalian berikan menjadi berkah dan dibalas kebaikan oleh ALLAH SWT sehingga kedepannya pun kita menjadi orang yang sukses dan bermanfaat untuk orang lain.

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan *Experiential Marketing Customer Satisfaction & Customer Loyalty* The House Of Raminten. Salah satu pendekatan pemasaran untuk mendukung terciptanya Customer Loyalty adalah memasarkan produk dengan menggunakan *Experiential Marketing*. Dengan mengintegrasikan unsur - unsur emosi, logika dan proses pemikiran umum dapat membangun hubungan dengan pelanggan sehingga dapat menarik kepuasan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini ini adalah untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai *Experiential Marketing* di The House Of Raminten dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Adapun jumlah sampel yang diteliti sebanyak 150 responden dari pelanggan yang mengunjungi The House Of Raminten menggunakan non probability sampling. Alat analisa yang digunakan *Structure Analysis Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS. *Experiential Marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan nilai estimate, pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer loyalty* menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Customer Satisfaction* terhadap *Customer loyalty*. *Experiential marketing* tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty & The House of Raminten*



## *Abstract*

*This researche do to analyse the relation of Expereintial Marketing, Customer Satisfaction & Customer Loyalty The House of Raminten. One of marketing approach to createz support customer loyalty is do marketer product using experiential marketing with integrated of emotion elements, logic & thought general process to build relation to customer that reach satisfaction & customer loyalty. This researche to do know what the responses of the house of raminten. Customer about Experiential marketing & the relationwith customer satisfaction &customer loyalty.*

*The Analysis teqnique used is the SEM (Strukture Analysis Modeling) Amos with 150 respondents customer of the house of raminten with non probability sampling. Experiential Marketing significantly influence Customer Satisfaction fo estimate values, the influence of customer satisfaction to customer loyalty showed significantly & positive between Customer Satisfaction to Customer Loyalty. Experiential marketing does not significantly influence Customer Satisfaction.*

*Keywords: Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty & The House of Raminten*

## KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: **“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA THE HOUSE OF RAMINTEN YOGYAKARTA”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan terhadap Restoran di Indonesia agar dapat menerapkan *Experiential Marketing* dalam melakukan pemasaran. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan manajemen dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D. selaku kepala Program Studi Manajemen dan juga Dosen Pembimbing Skripsi yang telah penuh kesabaran dan atensi yang tinggi telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membimbing penulis selama ini.
4. Tim Penguji yang telah memberikan saran, kritik dan evaluasi demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Semua Teman Seperjuangan Bitu selama di Yogyakarta (Manajemen B, Himama 2012, KKN 80, Kammi, JAA, Catatan Backpacker Indonesia dan semua yang sudah membantu bitu) Terimakasih atas ucapan doa dan bimbingannya yang tiada henti.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu, penulis terbuka atas segala saran dan kritik yang bersifat koreksi dan membangun dari semua pihak.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Februari 2016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. <i>Experiential Marketing</i> .....	10
2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
3. <i>Customer Loyalty</i> .....	20
B. Hipotesis.....	24
C. Model Penelitian.....	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	31
B. Jenis Data.....	31
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
F. Pengujian Kualitas Instrumen dan Data .....	33
G. Metode Analisis data dan Uji Hipotesis .....	38
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 45
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian .....	45
B. Hasil Karakteristik Responden .....	47
C. Uji Kualitas Instrumen.....	51
D. Analisis Deskriptif .....	55
E. Proses Analisis Data .....	58
F. Pembahasan .....	68
 BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....	 74
A. Simpulan .....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

4.1	Hasil Analisis Deskriptif Jenis kelamin .....	47
4.2.	Hasil Analisis Deskriptif Umur .....	48
4.3	Hasil Analisis Deskriptif Pendidikan Terakhir.....	49
4.4.	Hasil Analisis Deskriptif Pekerjaan .....	49
4.5.	Hasil Analisis Deskriptif pendapatan Bulanan.....	50
4.6.	Hasil Analisis Deskriptif Intensitas Berkunjung .....	51
4.7.	Hasil Uji Validitas .....	52
4.8.	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
4.9.	Hasil Uji Tingkat Jawaban .....	55
4.10.	Hasil Uji Statistik Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	56
4.11.	Hasil Uji Statistik Variabel <i>Costumer Satisfaction</i> .....	57
4.12.	Hasil Uji Statistik Variabel <i>Costumer Loyalty</i> .....	57
4.13.	Hasil Identifikasi Model .....	60
4.14.	Hubungan antar Indikator .....	61
4.15 .	Hasil <i>Goodness of Fit</i> sebelum modifikasi.....	63

4.16 .Modifikasi Model.....	64
4.17 .Hasil <i>Goodness of Fit</i> setelah modifikasi .....	65
4.18. Hasil Hubungan antar Variabel .....	66
4.19. Hasil <i>Standardizer Direct Effects</i> .....	68
4.20. Hasil <i>Standardizer indirect Effects</i> .....	68

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian.....	27
4.1. Analisis Deskriptif.....	55
4.2. Diagram untuk SEM.....	59
4.3. Model Pengukuran dengan SEM.....	59
4.4. Pembahasan Model.....	71