

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG PADA  
KEDAI ES KRIM DI TEMPO GELATO KALIURANG, YOGYAKARTA**

***THE EXPERIENTIAL MARKETING EFFECT TOWARD  
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION IN  
TEMPO GELATO ICE CREAM STORE, KALIURANG, YOGYAKARTA***



Disusun oleh

Ilham Anaf Ramadhan

20170410265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2020**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG PADA  
KEDAI ES KRIM DI TEMPO GELATO KALIURANG, YOGYAKARTA**

***THE EXPERIENTIAL MARKETING EFFECT TOWARD  
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION IN  
TEMPO GELATO ICE CREAM STORE, KALIURANG, YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memeuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

**ILHAM ANAF RAMADHAN**

**20170410265**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN

Dengan Ini Saya,

Nama : Ilham Anaf Ramadhan  
NIM : 20170410265  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG PADA KEDAI ES KRIM DI TEMPO GELATO KALIURANG, YOGYAKARTA**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, Desember 2020



Ilham Anaf Ramadhan

## MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka, apabila engkau telah selesai dari sesuatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain dan hanya kepada Allah-lah engkau berharap”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-8)

Hindarilah sifat malas dan bosan, karena keduanya kunci keburukan. Sesungguhnya jika engkau malas, engkau tidak akan banyak melaksanakan kewajiban. Jika engkau bosan, engkau tidak akan tahan dalam menunaikan kewajiban.

– Umar bin Khattab-

Teruslah berusaha sampai semua cacian menjadi pujian dan jangan pernah patah semangat

-Ilham Anaf Ramadhan-

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Segala puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas berkah, rahmah dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis yaitu Ayahanda Fatkhur Rohman, Ibunda Anik muriani, kakak Muhammad Fany Andrean, adik-adik penulis yaitu Cahya Intan Kurnia beserta seluruh keluarga besar penulis. Terima kasih untuk segala do'a, dukungan dan motivasi yang selalu diberikan sepenuhnya kepada penulis.
2. Almamaterku tercinta, terima kasih telah memberikan ilmu dan pengalaman yang luar biasa sehingga dapat bermanfaat untuk penulis.
3. Difa' Ayu Adilah yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat tiada hentinya selama proses penyelesaian skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'Ala atas rahmat, karunia, hidayah-Nya, serta nikmat sehat dan nikmat kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Experiential Marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang pada kedai eskrim Tempo Gelato Kaliurang, Yogyakarta”**

Penyusun skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan moral dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan bagi Mahasiswa Manajemen.

3. Bapak Dr. Susanto., MS. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu bermanfaat dan pengalaman yang luar biasa selama perkuliahan.
5. Ayahanda Fatkhur Rohman S.Pd., Ibunda Anik Muriani S.Pd., kakak Muhammad Fany Andrian dan adikku Cahya Intan Kurnia serta keluarga besar penulis. Terima kasih untuk kasih sayang, dukungan, motivasi, serta do'a yang tiada hentinya, dan pengorbanan materil selama penulis menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak untuk mengembangkan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Yogyakarta, Desember 2020



Ilham Anaf Ramadhan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah penelitian .....	4
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Experiential Marketing</i> .....	7
2. Kepuasan Konsumen .....	10
3. Minat Beli Ulang .....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
C. Pengembangan Hipotesis .....	28
D. Model Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Subjek dan Objek Penelitian .....	33
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	33
C. Jenis Data .....	34
D. Teknik pengumpulan data .....	34



E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Kualitas Instrumen .....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	39
G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	45
1. Objek Penelitian .....	45
2. Subjek Penelitian .....	46
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	49
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Kesimpulan Uji Instrumen .....	52
C. Statistik Deskriptif Variabel.....	52
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	57
E. Pembahasan (Interpretasi).....	72
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
A. SARAN .....	77
B. KETERBATASAN .....	78
C. SARAN .....	79
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Restoran dan Rumah Makan di Daerah Istimewa Yogyakarta .....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Skala Likert .....	35
Tabel 3.2 Variabel bebas dan Indikator Penelitian .....	36
Tabel 3.3 Variabel Intervening dan Indikator Penelitian .....	37
Tabel 3.4 Variabel Terikat dan Indikator Penelitian .....	38
Tabel 3.5 <i>Goodness of Fit Model</i> .....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan asal responden .....	48
Tabel 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Experiential Marketing .....	53
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	54
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Outlier .....	62
Tabel 4.12 Nilai Batas Mahalanobis Distance .....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.14 Hasil <i>degree of freedom</i> .....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> sebelum modifikasi .....	65
Tabel 4.16 Hasil <i>Modification Indices</i> sebelum Modifikasi Model .....	66
Tabel 4.17 Hasil dari Modifikasi Model .....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis .....	69
Tabel 4.19 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i> .....	71
Tabel 4.20 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i> .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	32
Gambar 4.1 Diagram Jalur .....	58
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	59
Gambar 4.3 Uji Normal Probability P (P-Plot).....	61
Gambar 4.4 Gambar Modifikasi Model.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Data Responden.....	89
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	97
Lampiran 4 Uji Validitas.....	99
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif.....	101
Lampiran 7 Model Penelitian.....	102
Lampiran 8 Uji Normalitas Data.....	103
Lampiran 9 Evaluasi Outlier.....	104
Lampiran 10 Uji Multikolinieritas.....	105
Lampiran 11 <i>Degress of Freedom</i> .....	106
Lampiran 12 <i>Goodness of Fit</i> .....	107
Lampiran 13 Modifikasi Model.....	108
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis.....	111