

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EMOTIONAL
BRANDING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi pada Rumah Makan Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND EMOTIONAL
BRANDING ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY***

(A Case Study on The Central Gubug Mang Engking Restaurant Yogyakarta)



Oleh

Irega Erin Saputri

20190410314

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EMOTIONAL
BRANDING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi pada Rumah Makan Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND EMOTIONAL
BRANDING ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY***

(A Case Study on The Central Gubug Mang Engking Restaurant)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

IREGA ERIN SAPUTRI

20190410314

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

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Irega Erin Saputri

Nomor Mahasiswa : 20190410314

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Emotional Branding* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Rumah Makan Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana 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 yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Desember .2022



Irega Erin Saputri

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286).

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

(QS. At-Taubah: 40).

“Tidak masalah apabila Anda berjalan lambat, asalkan Anda tidak pernah berhenti berusaha”.

(Confucius)

“Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”

(B. J. Habibie)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberika rahmat, hidayah, serta kesehatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas doa dan dukungan selama penyusunan skripsi

Skripsi ini akan dipersembahkan untuk kedua orang tua peneliti, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi, dan selalu memberikan semangat dalam proses penulisan skripsi.

Peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada kakak dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan penuh dan membantu proses penyebaran kuesioner yaitu Endika Luvy, Agil Dwi Hardika, Salsabila Ramadhani, Afdhil Dwiyanta, Apdariza Alfrida, Affiana Aulia, Wan Dije Syahda, Indira Dheva.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Branding* terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebaik mungkin bagi pembaca.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berupaya sebaik-baiknya, akan tetapi penulis menyadari banyak keterbatasan. Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam karya tulis skripsi ini, baik dalam menyusun kata, kalimat, atau sistematika pembahasan dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bisa terwujud karena tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Hasnah Rimiati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga dan semangat yang luar biasa dalam memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik mungkin.
5. Manager dan marketing rumah makan Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta yang telah memberikan perizinan sampai penelitian selesai dilakukan.
6. Orang tua yang senantiasa selalu mendukung dan menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk melengkapi segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan tambahan ilmu dan manfaat kepada para pembaca semua, Aamiin.

Yogyakarta, 23 Desember 2022



Irega Erin Saputri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
b. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	11
C. Pengembangan Hipotesis.....	20
D. Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	28
B. Jenis Data.....	28
C. Teknik Pengambilan Sampel	29
D. Teknik Pengambilan Data.....	30

E. Definisi Operasional Variabel.....	32
F. Uji Kualitas Instrumen	34
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	36
1. Analisis Diskriptif	36
2. Analisis Structural Equation Modeling	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek/subjek Penelitian	39
B. Karakteristik Responden.....	41
C. Uji Kualitas Instrumen	45
1. Uji Validitas	45
D. Hasil Penelitian	47
1. Analisis Deskriptif.....	47
2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	51
3. Uji Hipotesis	58
4. Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	72
A. Simpulan.....	72
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Simbol dan Skor Kuesioner.....	31
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.9 Interpretasi Kelas Interval.....	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	48
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Emotional Branding</i>	49
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 4.14 Penilaian Normalitas Data	54
Tabel 4.15 Nilai Batasan Mahalanobis	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Outlier	56
Tabel 4.17 Perhitungan <i>Defree of Freedom</i>	57
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i>	57
Tabel 4.19 Hubungan Pengaruh Langsung Antar Variabel	59
Tabel 4.20 Hubungan Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	63
Tabel 4.21 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	63
Tabel 4.22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Profil Gubug Mang Engking Pusat Yogyakarta.....	40
Gambar 4. 2 Permodelan SEM.....	53
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	79
Lampiran 2. Tabulasi Data	85
Lampiran 3. Karakteristik Responden	85
Lampiran 4. Hasil Uji Karakteristik Responden	101
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	104
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 7. Hasil Uji Statistik Deskriptif	106
Lampiran 8. Model Penelitian Struktural.....	108
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 10. Hasil Identifikasi Outliers.....	110
Lampiran 11. <i>Degrees of Freedom</i>	114
Lampiran 12. <i>Goodness of Fit</i>	115
Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis	116
Lampiran 14. Hasil Pengaruh Langsung.....	117
Lampiran 15. Hasil Pengaruh Tidak Langsung	118