

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG
YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER
SATISFACTION MEDIATED REPURCHASE INTEREST***

(Study at Waroeng Special Sambal Customers in the Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

ERIKA CAHYANI

20200410276

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : Erika Cahyani

NIM : 20200410276

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Daerah Istimewa 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 yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 06 Desember 2023



Erika Cahyani

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Long story, i survived”

(Taylor Swift)

Segala sesuatu yang sudah kamu awali, maka harus kamu akhiri.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada makhluk terindah di Bumi Allah ini yang saya cintai setelah Rasulullah, yaitu kedua orang tua penulis, Ibu Sutirah dan Bapak Sutiono. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Serta yang sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya. Tolong hidup lebih lama dan sehat selalu, Aamiin.
2. Kepada cinta kasih kakak saya, Elyas Cahyono terimakasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada teman-teman penulis yang selalu mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi hingga selesai.
4. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.
5. Kepada penulis, Erika Cahyani terimakasih atas segala effort dan survive yang sudah anda lakukan karena tidak sedikit penulis sering menyerah dalam studi ini tetapi tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen” (Studi pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Daerah Istimewa Yogyakarta).

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta support dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan segala bentuk dukungan yang senantiasa ditujukan untuk penulis.
5. Pihak lain yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan ridho-Nya kepada kita semua, Aamiin ya Rabbal'alamin.

Yogyakarta, 06 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erika Cahyani', with a stylized flourish at the end.

Erika Cahyani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Hasil Penelitian Terdahulu	12
C. Penurunan Hipotesis	19
D. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	24
B. Jenis Data	24

C. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data	26
D. Definisi Operasional Variabel	27
E. Uji Kualitas Instrumen.....	30
F. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	34
B. Uji Kualitas Instrumen.....	40
C. Hasil penelitian (Uji Hipotesis)	42
D. Pengujian Hipotesis	56
E. Pembahasan.....	59
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	62
A. Simpulan	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	63
C. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Cabang Reguler Waroeng Spesial Sambal.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Indikator Variabel Eksogen	27
Tabel 3.3 Indikator Variabel Mediasi	28
Tabel 3.4 Indikator Variabel Endogen.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	36
Tabel 4.2 Interpretasi Kelas Interval	38
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	38
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	39
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	47
Tabel 4.10 Identifikasi Model Struktural	51
Tabel 4.11 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	51
Tabel 4.12 Hasil RMSEA.....	52
Tabel 4.13 Hasil GFI	53
Tabel 4.14 Hasil AGFI	53
Tabel 4.15 Hasil CMIN/DF	54
Tabel 4.16 Hasil TLI	55
Tabel 4.17 Hasil CFI	55
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	56
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	22
Gambar 4.1 Persamaan Struktural	43
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	44
Gambar 4.3 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian.....	74
Lampiran 3: Karakteristik Responden	79
Lampiran 4: Statistik Deskriptif.....	80
Lampiran 5: Uji Validitas	81
Lampiran 6: Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 7: Model Penelitian Struktural	83
Lampiran 8: Uji Normalitas	84
Lampiran 9: Uji <i>Outliers</i>	85
Lampiran 10: <i>Degre Of Freedom</i>	89
Lampiran 11: <i>Goodness of Fit</i>	90
Lampiran 12: Uji Hipotesis.....	92