

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG**

(Studi pada Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER
SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION***

***(Study on Janji Jiwa Coffee Shop Consumers in The Special Region of
Yogyakarta)***



PENYUSUN :

SALSABILA

20190410441

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG
(Studi pada Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER
SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION
(Study on Janji Jiwa Coffee Shop Consumers in The Special Region of
Yogyakarta)***

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

SALSABILA

20190410441

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

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Salsabila

Nomor Mahasiswa : 20190410441

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG (Studi pada Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**" 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, 2 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Salsabila
20190410441

MOTTO

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberi manfaat, bukan hanya diingat.”

(Imam Syafi’i)

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan
Allah hingga ia kembali."

(HR Tirmidzi)

“Ketika niat yang tulus bertemu dengan aksi, keajaiban tercipta.”

(Matt Crance)

“Seorang terpelajar harus sudah berbuat adil sejak dalam pikiran, apalagi dalam
perbuatan.”

(Pramoedya Ananta Toer)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orangtuaku tercinta, Ibunda Yanti yang hebat telah berhasil menguliahkan anaknya walaupun sendirian dan almarhum Ayahanda Eysar yang selalu menjadi inspirasiku dalam menuntut ilmu. Keduanya selalu mendoakan dan mendukung saya, sampai akhir hayatnya, yang menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi dan meraih kebaikan apapun di dunia ini, agar suatu saat dapat membahagiakan mereka dan membalas jasanya, walau seisi dunia tidak cukup menandingi cinta dan kasih yang sudah diberikan. Untuk teman seperjuanganku Ija, Ika, Lisa, Riani, Adnan, Mutia, Syafiq, dan Ahyana yang telah memberikanku dukungan dan perhatian selama penyusunan skripsi.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang pada Kedai Janji Jiwa di Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengangkat topik ini dengan tujuan dapat memberikan masukan kepada organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional, serta memberikan inspirasi untuk pengembangan penelitian di masa mendatang. Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., MSi. Selaku Ketua Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., MSi. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Bunda serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberingan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian proposal ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini

Yogyakarta, 24 Juni 2024



Salsabila

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah Penelitian | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori..... | 8 |
| B. Temuan Riset Terdahulu | 14 |
| C. Hipotesis | 27 |
| D. Model Penelitian | 30 |
| BAB III | 32 |
| METODE PENELITIAN..... | 32 |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | 32 |
| B. Jenis Data | 32 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel | 32 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 35 |
| F. Uji Kualitas Instrumen | 39 |
| G. Analisis Data..... | 39 |
| BAB IV..... | 43 |

| | |
|--|----|
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 43 |
| 1. Gambaran Objek Penelitian..... | 43 |
| 2. Subjek Penelitian | 45 |
| B. Uji Kualitas Instrumen..... | 48 |
| C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)..... | 50 |
| D. Pengujian Hipotesis | 65 |
| E. Pembahasan | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN..... | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Definisi Indikator <i>Experiential marketing</i> | 10 |
| Tabel 2. 2 Definisi Indikator Kepuasan Pelanggan | 12 |
| Tabel 2. 3 Definisi Indikator Minat Beli Ulang | 14 |
| Tabel 2. 4 Hasil Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert | 35 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 35 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden | 46 |
| Tabel 4. 2 Usia Responden..... | 46 |
| Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden | 47 |
| Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden | 47 |
| Tabel 4. 5 Pendapatan per-Bulan Responden | 48 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas..... | 49 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas | 50 |
| Tabel 4. 8 Skala Interval | 51 |
| Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> | 51 |
| Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen | 52 |
| Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang..... | 52 |
| Tabel 4. 12 Identifikasi Model Struktural | 56 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas | 57 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outliers | 58 |
| Tabel 4. 15 Menilai Goodness of Fit | 61 |
| Tabel 4. 16 Hasil RMSEA | 62 |
| Tabel 4. 17 Hasil GFI..... | 62 |
| Tabel 4. 18 Hasil AGFI..... | 63 |
| Tabel 4. 19 Hasil CMIN/DF | 63 |
| Tabel 4. 20 Hasil TLI..... | 64 |
| Tabel 4. 21 Hasil CFI..... | 65 |
| Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| Tabel 4. 23 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung..... | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Kedai Kopi Lokal Terfavorit | 3 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 31 |
| Gambar 4. 2 Persamaan Struktural..... | 54 |
| Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 82 |
| Lampiran 2. Karakteristik Responden..... | 87 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data..... | 88 |
| Lampiran 4. Uji Validitas..... | 92 |
| Lampiran 5. Uji Reliabilitas..... | 93 |
| Lampiran 6. Analisis Deskriptif..... | 94 |
| Lampiran 7. Model Penelitian..... | 96 |
| Lampiran 8. Uji Normalitas Data..... | 97 |
| Lampiran 9. Identifikasi Model Struktural..... | 97 |
| Lampiran 10. Uji Mahalonis Outlier..... | 98 |
| Lampiran 11. Uji Goodness of Fit | 102 |
| Lampiran 12. Uji Hipotesis | 104 |
| Lampiran 13. Pengaruh Langsung dan tidak Langsung..... | 105 |
| Lampiran 14. Hasil Turnitin..... | 107 |