

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN NEED FOR UNIQUENESS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
PENGGUNA VESPA MATIC DI YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION
WITH NEED FOR UNIQUENESS AS A MODERATION VARIABLE ON VESPA MATIC
USERS IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh:
GABIND RIDHO RAMADHAN
20140410049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Gabind Ridho Ramadhan

Nomor Mahasiswa : 20140410049

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN *NEED FOR UNIQUENESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PENGGUNA VESPA MATIC DI 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, 2 Agustus 2021



Gabind Ridho Ramadhan

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan *Need For Uniqueness* sebagai variabel moderasi Pada Pengguna Vespa Matic Di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam menambah wawasan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimah kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak, Ibuk, serta Kakak dan Adik yang senantiasa memberikan dorongan dan doa serta perhatiannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan serta semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kalimat akhir, penulis juga merasa ada banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini sehingga penulis perlu terus belajar. Maka penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran untuk lebih menyempurnakan lagi tugas akhir ini.

Yogyakarta, ... Juli 2021

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puja & puji syukur kehadirat Allah SWT., karena berkat rahmat Allah Yang Maha Kuasa, saya diberi nikmat kesehatan serta hidayah-Nya untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan khidmat.

Tak lupa shalawat serta salam saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah menuntun kita dari zaman zahiliyah/kebodohan, menuju zaman modern/terang benderang seperti saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Teruntuk Keluarga Besar orang tua saya alm. Ipan Sumarji, S.E. yang sudah mendukung dan mendoakan saya dalam setiap kegiatan perkuliahan serta pekerjaan saya. Terima kasih sudah mendidik dan membesarkan saya sampai saat ini.
- ❖ Teruntuk Mas dan Mbak saya, Mas Vian, Mas Yudi, Mas Janu, Mas Andri, Mas Hadi, Mas Yufa, Mbak Hana, Mbak Nur Terima kasih yang sudah selalu mendukung dan membantu saya dalam segala kegiatan saya. Terima kasih juga telah banyak membantu dalam segi dukungan materi serta moral, sehingga saya lebih bersemangat untuk menyelesaikan kuliah saya.
- ❖ Bu Indah Fatmawati, selaku dosen pembimbing saya. Saya sangat berterimakasih kepada Bu Indah, karena telah sudi untuk membimbing saya hingga akhir dengan kesabaran tiada batas, serta mengajarkan saya untuk selalu tepat waktu. Sekali lagi, terimakasih Bu Indah Fatmawati.
- ❖ Bapak Ibu Dosen FEB UMY, terimakasih telah mendidik saya dengan materi-materi kuliah yang diberikan, akan saya terapkan ilmu-ilmu yang dipelajari dalam bangku kuliah.
- ❖ Teman-teman Manajemen 2014, terimakasih atas kenang-kenangan yang diberikan selama ini.

Sekian dari saya, jika ada yang belum ke *input* namanya, sentil saya, saya akan cetak beberapa eksemplar lagi. Sekali lagi terimakasih banyak untuk kalian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
KERANGKA TEORI	8
A. LANDASAN TEORI	8
1. <i>Experiential marketing</i>	8.
2. <i>Sense (Panca Indera)</i>	8
3. <i>Feel (Perasaan)</i>	9
4. <i>Think (Berpikir)</i>	10
5. <i>Act (Perilaku)</i>	10
6. <i>Relate (Berhubungan)</i>	10
7. <i>Need For Uniqueness</i>	11
8. <i>Kepuasan Pelanggan</i>	11
B. HASIL PENELITIAN TERDAHULU	12

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
1. <i>Sense</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	17
2. <i>Feel</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18
3. <i>Think</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18
4. <i>Act</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	19
5. <i>Relate</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	20
6. <i>Need For Uniqueness</i> memoderasi pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	21
D. Model Penelitian.....	22
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
A. OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	23
1. Objek Penelitian.....	23
2. Subjek Penelitian	23
B. JENIS DATA	23
C. POPULASI DAN SAMPEL.....	24
1. Populasi.....	24
2. Sampel.....	24
D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	25
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	25
F. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	26
G. UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	28
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	29
BAB IV	33
A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELTITIAN	33
B. HASIL PENYEBARAN KUESIONER	34
C. GAMBARAN UMUM PENELITIAN	34
D. ANALISIS DATA	36
1. Analisis Deskriptif.....	36
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	38

3. Uji asumsi klasik	40
4. Analisis Regresi Linier Berganda	41
5. Uji F	41
6. Koefisien Diterminasi (R ²)	42
E. PEMBAHASAN	44
1. Uji Hipotesis	44
2. Pengaruh Sense Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Vespa Matic	44
3. Pengaruh Feel Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Vespa Matic	45
4. Pengaruh Think Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Vespa Matic	46
5. Pengaruh Act Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Vespa Matic	46
6. Pengaruh Relate Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Vespa Matic	47
7. Pengaruh Need For Uniqueness Terhadap Hubungan Antara <i>Experiential</i> dengan Kepuasan Pelanggan	48
BAB V	49
KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. KESIMPULAN	49
B. KETERBATASAN	50
C. SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif.....	37
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 30 Hasil Uji t.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	55
Lampiran 2 Tabulasi data.....	69
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	99
Lampiran 4 Uji Reabilitas.....	108
Lampiran 5 Uji F.....	109
Lampiran 6 Uji REGRESI LINIER BERGANDA	110
Lampiran 7 Uji NORMALITAS	110
Lampiran 8 REGRESI LINIER BERGANDA	111
Lampiran 9 Uji HETEROKEDASTISITAS	111
Lampiran 10 Uji MULTIKOLINIERITAS.....	112
Lampiran 11 KOEFISIEN DITERMINASI	113