

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA SWALAYAN MANNA KAMPUS Jl. GODEAN YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER SATISFACTION AT
SUPERMARKET MANNA CAMPUS Jl. GODEAN YOGYAKARTA***



**Disusun Oleh:
BAYU ANGGARA
20180410257**

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

2022

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA SWALAYAN MANNA KAMPUS Jl. GODEAN
YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER SATISFACTION AT
SUPERMARKET MANNA CAMPUS Jl. GODEAN
YOGYAKARTA***

**Diajukan Guna Mendapat Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program
Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh:

BAYU ANGGARA

20180410257

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

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Bayu Anggara

Nomor Mahasiswa : 20180410257

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Manna Kampus Jl. Godean Yogyakarta (Studi Pada Swalayan Manna Kampus Di Yogyakarta)”**, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk diperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya tulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Agustus 2022


BAYU ANGGARA
NIP. 199504029932
Bayu Anggara

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsmen Pada Swalayan Manna Kampus Yogyakarta. Penyusunan Skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik untuk menyelesaikan Pendidikan pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari dalam menyusun Skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga, Skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof Rizal Yaya, SE., M.Si., Ph.D., Ak., Ca. selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan studi
2. Ibu Dr. Sri Handari W, SE., M.Si sebagai Ketu Jurusan Manajemen Universitas Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu memberikan bimbingan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sekali didalam penyusunan Penelitian Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan serta banyak kekurangan, baik dari segi tata bahasa maupun dalam materi yang disajikan. Besar harapan peneliti skripsi ini semoga bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Agustus 2022



Bayu Anggara

PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala nikmatnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Terimakasih kepada orang tua tercinta ibu Anita dan bapak Ahmad Dailami, yang telah mendidik, menyekolahkan kami anak-anaknya hingga jenjang saat ini, semoga ALLAH SWT membalas kebaikan dan keikhlasan ibu dan bapak saya, semoga dipanjangkan umurnya, disehatkan akal dan badannya di mudahkan rejekinya, supaya bisa melihat saya sukses dan bisa membahagiakan dan membanggakan ibu dan bapak tercinta tanpa ibu dan bapak kami tidak akan seperti sekarang.
2. Untuk seluruh keluarga, dan saudara terimakasih doa dan dukungannya.
3. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|------|
| SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Experiential marketing | 8 |
| 2. Kepuasan Konsumen | 11 |

| | |
|---|----|
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 12 |
| C. Pengembangan Hipotesis Penelitian..... | 17 |
| 1. Pengaruh <i>Sense</i> (Panca Indra) Terhadap Kepuasan Konsumen | 17 |
| 2. Pengaruh <i>Feel</i> (perasaan) Terhadap Kepuasan Konsumen | 18 |
| 3. Pengaruh <i>Think</i> (Berpikir) Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 19 |
| 4. Pengaruh <i>Act</i> (Bertindak) Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 20 |
| 5. Pengaruh <i>Relate</i> (Pertalian) Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 21 |
| D. Model Penelitian..... | 22 |
| BAB III..... | 23 |
| METODE PENELITIAN..... | 23 |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | 19 |
| 1. Objek penelitian..... | 23 |
| 2. Subjek Penelitian | 23 |
| B. Jenis Data..... | 23 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 24 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 26 |
| F. Uji Kualitas Instrumen | 27 |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data | 28 |
| BAB IV..... | 32 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 37 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 32 |
| 1. Profil Perusahaan | 32 |
| 2. Karakteristik Responden..... | 34 |
| B. Statistik Deskriptif..... | 40 |
| C. Uji Kualitas Instrumen | 47 |
| 1. Uji Validitas | 47 |
| 2. Uji Reliabilitas | 49 |
| D. Uji Hipotesis..... | 50 |
| E. Pembahasan | 54 |

| | |
|--|----|
| BAB V | 58 |
| SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN | 58 |
| A. Simpulan | 58 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 58 |
| C. Saran | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
| LAMPIRAN | 64 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert..... | 26 |
| Tabel 3. 2 Variabel Operasional Dan Indikator Variabel | 26 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 34 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 35 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 36 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 37 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 38 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan..... | 39 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen..... | 40 |
| Tabel 4. 8 Penilaian Terhadap <i>Sense</i> (Panca Indra) | 42 |
| Tabel 4. 9 Penilaian Terhadap <i>Feel</i> (Perasaan) | 43 |
| Tabel 4. 10 Penilaian Terhadap <i>Think</i> (Berpikir)..... | 44 |
| Tabel 4. 11 Penilaian Terhadap <i>Act</i> (Tindakan)..... | 45 |
| Tabel 4. 12 Penilaian Terhadap <i>Relate</i> (Pertalian) | 46 |
| Tabel 4. 13 Penilaian Terhadap Kepuasan Konsumen | 47 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas | 48 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas | 50 |
| Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linier Berganda | 50 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian22