

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *BRAND TRUST* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**(Survei Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND TRUST ON  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN  
INTERVENING VARIABLE***

***(Customer Survey Wardah Cosmetics in Yogyakarta City)***



**Disusun Oleh:**

**Shella Selviyona Putri**

**20190410185**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama: Shella Selviyona Putri

NIM: 20190410185

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**Pengaruh *Experiential Marketing, Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*** (Survei Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan pada suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dilakukan secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 10 Maret 2023



Shella Selviyona Putri

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, atas nikmat dan karunia serta kemudahan yang diberikan dalam menyelesaikan karya ini sehingga dapat selesai dengan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam saya panjatkan pada suri tauladan Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya dedikasikan untuk orang-orang yang berharga dan berkontribusi untuk hidup ini, yaitu:

1. Keluarga saya yang sangat saya kasihi, Ayah saya Yohansyah Akmal, Ibu saya Rosdiana, Kakak saya Larasti Yogantari dan Galih Bayu Syahputra, serta Adik saya Vanessa Arsyenna Augusten, terimakasih untuk doa yang tak pernah putus, dukungan dan motivasi sehingga saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan karya ini.
2. Teman seperjuangan saya yang sudah menemani naik turunnya perjalanan dalam perkuliahan ini yang selalu ada disetiap keluh kesah saya selama ini, bersyukur rasanya diberikan kesempatan oleh Allah SWT dengan bertemu teman-teman baik seperti kalian semua.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kemudahan dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* (Survei Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Yogyakarta)”.

Adapun skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis memilih topik ini dalam upaya untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen merasa puas dan menjadi loyal pada produk kosmetik Wardah.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak berikut ini atas bantuan, bimbingan serta dukungannya dalam membantu menyelesaikan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tempat penulis menuntut ilmu.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. Selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.

Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini

Yogyakarta, 10 Maret 2023



Shella Selviyona Putri

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                        | i    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> ..... | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                   | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                   | iv   |
| <b>MOTTO</b> .....                                | v    |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                          | vi   |
| <b>INTISARI</b> .....                             | vii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                             | viii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                         | xii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                        | xiii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                      | xiv  |
| <b>BAB I</b> .....                                | 1    |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                          | 1    |
| A. Latar Belakang .....                           | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                          | 5    |
| C. Tujuan Penelitian.....                         | 6    |
| D. Manfaat Penelitian.....                        | 6    |
| <b>BAB II</b> .....                               | 8    |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                     | 8    |
| A. Hubungan Antar Variabel .....                  | 8    |
| B. Landasan Teori.....                            | 10   |
| 1. <i>Experiential Marketing</i> .....            | 10   |
| 2. <i>Brand Trust</i> .....                       | 12   |
| 3. <i>Customer Satisfaction</i> .....             | 13   |
| 4. <i>Customer Loyalty</i> .....                  | 15   |
| C. Hasil Penelitian Terdahulu .....               | 16   |
| D. Pengembangan Hipotesis .....                   | 26   |
| E. Model Penelitian.....                          | 34   |
| <b>BAB III</b> .....                              | 35   |
| <b>METODE PENELITIAN</b> .....                    | 35   |
| A. Pendekatan Penelitian.....                     | 35   |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| B.                                      | Objek dan Subjek Penelitian .....           | 35        |
| C.                                      | Jenis Data.....                             | 36        |
| D.                                      | Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....   | 36        |
| E.                                      | Teknik Pengumpulan Data.....                | 38        |
| F.                                      | Definisi Operasional Variabel.....          | 38        |
| G.                                      | Uji Kualitas Instrumen.....                 | 40        |
| H.                                      | Alat Analisis Data dan Uji Hipotesis.....   | 42        |
| <b>BAB IV</b>                           | .....                                       | <b>45</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  | .....                                       | <b>45</b> |
| A.                                      | Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian ..... | 45        |
| 1.                                      | Objek Penelitian .....                      | 45        |
| 2.                                      | Subjek Penelitian.....                      | 47        |
| 3.                                      | Deskripsi Responden .....                   | 47        |
| B.                                      | Uji Kualitas Instrumen.....                 | 50        |
| 1.                                      | Uji Validitas .....                         | 50        |
| 2.                                      | Uji Reliabilitas .....                      | 51        |
| 3.                                      | Statistik Deskriptif.....                   | 52        |
| 4.                                      | Hasil Penelitian .....                      | 56        |
| C.                                      | Hasil Pengujian Hipotesis .....             | 70        |
| D.                                      | Pembahasan.....                             | 78        |
| <b>BAB V</b>                            | .....                                       | <b>86</b> |
| <b>SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b> | .....                                       | <b>86</b> |
| A.                                      | Simpulan .....                              | 86        |
| B.                                      | Keterbatasan Penelitian.....                | 87        |
| C.                                      | Saran.....                                  | 87        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                   | .....                                       | <b>89</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                         | .....                                       | <b>92</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> .....                                     | 4  |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                       | 17 |
| Tabel 3.1 Simbol dan Skor Kuisisioner.....                                 | 38 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....                               | 39 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....         | 49 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen.....                               | 50 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....                            | 52 |
| Tabel 4.4 Interpretasi Kelas Interval.....                                 | 53 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Expirential Marketing</i> ..... | 53 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> .....           | 55 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..... | 55 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....      | 56 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....  | 61 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> .....                           | 63 |
| Tabel 4.11 Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i> .....                     | 66 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> .....                    | 67 |
| Tabel 4.13 Hasil <i>Output regression Weights</i> .....                    | 70 |
| Tabel 4.14 Hasil <i>Output Standardized Direct Effects</i> .....           | 71 |
| Tabel 4.15 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effects</i> .....         | 71 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....  | 71 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Model Penelitian .....                                | 34 |
| Gambar 4. 1 Diagram jalur .....                                  | 58 |
| Gambar 4. 2 Pemodelan <i>Structural Equation Modelling</i> ..... | 59 |
| Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....        | 62 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                | 93  |
| Lampiran 2 Tabulasi data .....                      | 98  |
| Lampiran 3 Frekuensi Karakteristik Responden.....   | 106 |
| Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ..... | 107 |
| Lampiran 5 <i>Descriptive Statistic</i> .....       | 109 |
| Lampiran 6 Model Penelitian .....                   | 111 |
| Lampiran 7 Uji Normalitas.....                      | 112 |
| Lampiran 8 Pengujian <i>Outliers</i> .....          | 113 |
| Lampiran 9 <i>Degree of freedom</i> .....           | 117 |
| Lampiran 10 <i>Goodness Of Fit</i> .....            | 118 |
| Lampiran 11 Uji Hipotesis .....                     | 118 |
| Lampiran 12 Hasil Turnitin .....                    | 120 |