

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI**

(Studi pada Angkringan Puncak Bibis, Bantul Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON REPURCHASE
INTENTION BY CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATION***

(Study at Angkringan Puncak Bibis, Bantul Yogyakarta)



Disusun Oleh:

Sahifa Sih Widani

20200410339

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sahifa Sih Widani

Nomor Mahasiswa : 20200410339

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul **“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI (Studi pada Angkringan Puncak Bibis, Bantul Yogyakarta)”** tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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 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 12 September 2023



Sahifa Sih Widani

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas doa dan dukungan kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian tugas akhir sehingga memperoleh gelar sarjana. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk orang tua tercinta, Ayah (Ony Ferianto, S.H) dan Ibu (Wiwik Widayanti) yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi yang sangat berharga bagi kehidupan saya. Terima kasih atas segala kesabaran dan pengorbanan dalam mendidik saya hingga saat ini.
2. Keluarga serta saudara yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi.
3. Sahabat saya sedari Sekolah Menengah Pertama (Marafahilla, Rahma Sabela dan Qonita) dan teman perkuliahan saya yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan semangat.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan ridho dan rahmat-Nya serta memberikan kemudahan, kesehatan, dan kesempatan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi (Studi pada Angkringan Puncak Bibis, Bantul Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

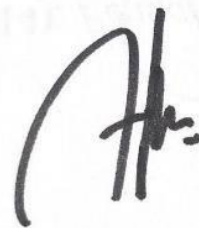
Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P. IPM., ASEAN.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr Sri Handari W. S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing hingga terselesaikannya skripsi.

5. Segenap Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan hingga akhir, semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat dalam kehidupan.
6. Semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi 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, 12 September 2023



Sahifa Sih Widani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSA.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I.....	8
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>Experiential Marketing</i>	10
2. Kepuasan Konsumen	13
3. Minat Beli Ulang	17
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis	28
D. Model Penelitian	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
A. Subjek dan Objek penelitian	34
B. Jenis Data	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian	37
F. Uji Kualitas Instrumen	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	41
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Alat Analisis	42
3. Uji Hipotesis.....	43

BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	49
1. Objek Penelitian	49
2. Subjek Penelitian	51
3. Deskripsi Responden	52
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	58
3. Startistik Deskriptif.....	59
C. Hasil Penelitian.....	63
D. Pengajuan Hipotesis.....	81
E. Interpretasi	84
BAB V.....	87
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	87
A. Simpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pemenang Indonesia Smart Nation	4
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3. 3 Indeks Pengujian kelayakan Model.....	48
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Perilaku	52
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	55
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 10 Interpretasi Kelas Interval	60
Tabel 4. 11 Tabel Deskriptif dan Variabel <i>Experiential Marketing</i>	60
Tabel 4. 12 Tabel Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4. 13 Tabel Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	63
Tabel 4. 14 Tabel Uji Normalitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	70
Tabel 4. 16 Identifikasi Model Struktural	75
Tabel 4. 17 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	76
Tabel 4. 18 Hasil RMSEA.....	76
Tabel 4. 19 Hasil GFI	77
Tabel 4. 20 Hasil AGFI	78
Tabel 4. 21 Hasil CMIN/DF	79
Tabel 4. 22 Hasil TLI	79
Tabel 4. 23 Hasil CFI	80
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	33
Gambar 4. 1 Persamaan Struktural.....	65
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	66
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	93
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	100
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	108
Lampiran 4 Uji Validitas	111
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	112
Lampiran 6 Analisis Deskriptif	114
Lampiran 7 Analisis Data SEM.....	116
Lampiran 8 Uji Normalitas	117
Lampiran 9 <i>Outlier</i>	118
Lampiran 10 Model Struktural.....	122
Lampiran 11 <i>Goodness of Fit</i>	122
Lampiran 12 Pengujian Hipotesis	125