

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DAN LOYALITAS PENGUNJUNG DI CGV CINEMAS
HARTONO MALL YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON VISITOR
SATISFACTION AND VISITOR LOYALTY AT THE CGV CINEMAS
HARTONO MALL YOGYAKARTA***

Tesis

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2**

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh
SETIAWAN
20141020014

Kepada
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018

NOTA PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Setiawan

NIM : 20141020014

Alamat : Mejing Lor RT 02 RW 03, Ambarketawang, Gamping, Sleman,
Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul **Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Loyalitas Pengunjung Di CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta** yang diajukan adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersarjaan di perguruan tinggi lain, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya dan disebutkan dalam Daftar Pustaka acuan. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 20 September 2018

Yang menyatakan



Setiawan

NIM: 20141020014

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(Q.S Al Mudajallah : 11)

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk menuntut suatu ilmu, niscaya Allah memudahkannya ke jalan menuju surga”

(H.R. Tirmidzi)

Persembahan:

Kedua orang tua yang tiada henti memotivasi dan mendoakan agar penulis bisa menyelesaikan studi dengan lancar. Istri tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan. Claritta Adreana Setiawan, anak perempuan yang selalu membuat Abi selalu semangat. Kedua kakak kandung terima kasih kalian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala kekuatan, rahmat dan ridho-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Loyalitas Pengunjung Di CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah dan selalu memberikan ajaran dan suri tauladan yang baik dan agung bagi seluruh umat manusia.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar kepada semua pihak yang telah memberikan banyak bantuan maupun dukungannya demi kelancaran proses penyusunan dan penyelesaian tesis ini. Sehingga, penulis dapat memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Magister Manajemen (M.M.) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan dengan segala hormat kepada:

1. Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., M.Sc.Eng., Ph.D., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Arni Surwanti, M.Si., selaku ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Nuryakin, M.M., selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan juga sebagai Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi dan membantu penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. Susanto, M.S., selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan semangat selalu memotivasi, membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
5. Para Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selama ini telah membantu dalam berbagai urusan administrasi serta memotivasi penulis selama menempuh studi di prodi MM.

6. Semua dosen yang mengajar di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu – ilmu yang disampaikan.
7. Saudara-sudaraku beda ibu (Imam, Syadi, Feby, Ichsan, Hesti, Rochmad dan Menadion). Support kalian sungguh terlalu keren.
8. Rekan – rekan satu perjuangan (Mas Doddy, Mas Sukman, Pak Nur). Kebersamaan selama menempuh pendidikan di MM UMY tidak akan berkesan tanpa hadirnya kalian.
9. Semua pihak yang mendukung dalam penulisan dan penyusunan tesis ini.

Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan ke depan.

Yogyakarta, 20 September 2018

SETIAWAN

NIM 20141020014

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Intisari	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Lingkup Penelitian	10
C. Rumusan Masalah Penelitian	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori	12
B. Hipotesis	36
C. Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Objek dan Subjek Penelitian	42
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	42
C. Jenis Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	44

F. Uji Instrumen Penelitian	49
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	50
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
A. Profil CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta	61
B. Profil dan Karakteristik Responden	68
C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	71
D. Analisis SEM	75
E. Pembahasan	96
F. Implikasi Manajerial	102
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN	105
SARAN	
A. Simpulan	105
B. Keterbatasan Penelitian	106
C. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Jumlah Bioskop dan Layar	6
3.1. Tabel Jawaban Skala Likert	44
3.2. Definisi operasional variabel	46
3.3. <i>Goodness-of-Fit Index</i>	59
4.1. Usia Responden	69
4.2. Jenis Kelamin Responden	69
4.3. Pendidikan Terakhir Responden	70
4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.5. Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	71
4.6. Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	72
4.7. Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pengunjung	74
4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pengunjung	75
4.9. Hasil Pengujian <i>Goodness-of-Fit Index</i> konstruk <i>Experiential Marketing</i>	77
4.10. Nilai <i>Loading Factor</i> Indikator Konstruk <i>Experiential Marketing</i>	78
4.11. Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk <i>Experiential Marketing</i>	79
4.12. Nilai <i>Loading Factor</i> Indikator Konstruk Kepuasan Pengunjung	81
4.13. Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk Kepuasan Pengunjung	82
4.14. Hasil Pengujian <i>Goodness-of-Fit Index</i> konstruk Loyalitas Pengunjung	84
4.15. Nilai <i>Loading Factor</i> Indikator Konstruk Loyalitas pengunjung	85
4.16. Hasil Perhitungan Nilai CR dan AVE Konstruk Loyalitas	

	pengunjung	86
4.17.	Hasil Uji Normalitas	87
4.18.	Outliers	89
4.19.	Hasil Pengujian <i>Goodness-of-Fit Index</i>	93
4.20.	Hasil Estimasi Model SEM	94
4.21.	Hasil Uji Sobel	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
4.1.	Hasil Estimasi Model Pengukuran Konstruk <i>Experiential Marketing</i>	77
4.2.	Hasil Estimasi Model Pengukuran Konstruk Kepuasan Pengunjung	80
4.3.	Hasil Estimasi Model Pengukuran Konstruk Loyalitas Pengunjung	83
4.4.	Hasil Estimasi Full Model Struktural.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1.	Kuisisioner	112
2.	Demografi Respsonden	117
3.	Data Hasil Pengisian Kuesioner	119
4.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	127
5.	Data SEM	129
6.	Pengujian Asumsi SEM	134
7.	Pengujian Model Pengukuran	138
8.	Pengujian Model Struktural	144
9.	Uji Sobel (Uji Mediasi)	150

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta yang memiliki umur minimal 17 tahun dan telah mengunjungi CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta minimal 2 kali. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Penelitian ini menggunakan metode survey dan teknik *purposive sampling* dalam menentukan pengambilan sampel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 2) *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 3) Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 4) Kepuasan pengunjung dapat memediasi secara signifikan pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta.

Kata kunci: *Experiential Marketing*, Kepuasan Pengunjung, Loyalitas Pengunjung

ABSTRACT

The purpose of this research to to analyze the influence of experiential marketing on visitor satisfaction and visitor loyalty. The population in this study are the visitors of CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta who have a minimum age of 17 years and have visited CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. The sample in this study amounted to 150 respondents. This research uses survey method and purposive sampling technique in determining sampling.

The results of this research indicate that: 1) Experiential marketing has a positive and significant effect on visitor satisfaction of CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 2) Experiential marketing has a positive and significant effect on visitor loyalty of CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 3) Visitor satisfaction has a positive and significant effect on visitor loyalty of CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. 4) Visitor satisfaction can significantly mediate the influence of experiential marketing on visitor loyalty of CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta.

Keywords: Experiential Marketing, Visitor Satisfaction, Visitor Loyalty