

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *EXPERIENTIAL VALUE* PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY S7 DI PELAYANAN GERAINYA**

***EFFECT ON EXPERIENTIAL MARKETING ON EXPERIENTIAL VALUE ON SAMSUNG GALAXY S7 SMARTPHONE USER IN THEIR SERVICE***

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :**

**ARI SETIOKO**  
**20130410144**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : Ari Setioko

NIM : 20130410144

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP EXPERIENTIAL VALUE PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY S7 DI PELAYANAN GERAINYA” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya selama ini juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis diterbitkan oleh orang lain , kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka. Apa bila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 26 Desember 2018

METERAI  
TEMPEL  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Ari Setioko

## **MOTTO**

### **Belajar untuk hidup, hidup untuk berilmu**

“Semangatlah dalam hal yang bermanfaat untukmu, minta tolonglah pada Allah, dan jangan malas (patah semangat)”

(HR. Muslim no. 2664)

“Senjata menjadi faktor penting dalam peperangan, tapi bukan yang menentukan ; yang paling menentukan adalah faktor manusia, bukan material-material yang bisa dihitung ”.

Mao Zedong.

“Setiap pengalaman yang tidak dinilai baik oleh dirinya sendiri ataupun orang lain akan tinggal menjadi sesobek kertas dari buku hidup yang tidak punya makna. Padahal setiap pengalaman tak lain daripada fondasi kehidupan”.

Pramoediya Ananta Toer.

“Orang boleh pandai setinggi langit, tapi selama ia tidak menulis, ia akan hilang di dalam masyarakat dan dari sejarah manusia adalah bekerja untuk keabadian.

Pramoediya Ananta Toer.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Karya ini saya persembahkan untuk .....**

Keluarga saya tercinta, ibu, bapak dan kakak saya terimakasih atas dukungan, semangat dan doanya selama ini yang telah banyak berkorban demi terselesainya kuliah saya sampai menadi sarjana.

Terimakasih untuk teman-teman yang selama ini memberikan semangat untuk saya, tak lupa juga organisasi Front Mahasiswa Nasional yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat diluar perkuliahan. Tak lupa pula pacar saya Nita yang sudah sayang sama saya. I love You.Semua teman-temen yang sejak awal kenal saya Gilang, Hendri, Hengki, Agus, Hasan, Riwa, Udin, Louis, Duha, Coni, Fandi, Pasi dan banyak lagi saya ucapkan banyak-banyak terimakasih atas dukungan yang kalian berikan. I Love You.

Semoga ini bukan menjadi yang terakhir, semestinya harus selamannya.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas berkat rahmat dan hidayah-Nya dan karunia dari Allah SWT kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul : “ PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *EXPERIENTIAL VALUE* PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY S7 PADA GERAINYA” guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan, sehingga dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yaitu ke pada

1. Bapak Rizal Yaya, S.E.,M.Sc.,Ph.D.,Ak.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, Dra.M.Si.,Ph.D. Selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Yogyakarta Dan Sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi saya.
3. Bapak dan ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

4. Agus Eko Prasetya S.E yang senantiasa memberikan masukan dan memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Nita Eprilianti yang senantiasa memberikan semangat dan mendampingi selama penyelesaian skripsi.
6. Gilang, Udin, Riwa, Koko, Luwis, Faisal, Dodo, Reza, Zainal, Skop, Coni, Hengki, Hendri, dan seluruh angkatan 2013 yang senantiasa bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 26 Desember 2018

Ari Setioko

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERYATAAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Peneliitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
1. Manfaat Teoritis .....	4
2. Manfaat praktik .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Landasan Teori .....	6
1. Experiential Marketing .....	6
a. Faktor-faktor Experiential Marketing .....	7
b. Karakteristik Experiential Marketing .....	8
2. Experiential Value .....	9
a. Definisi Nilai (value) Pada Pelanggan .....	11

b. Menciptakan nilai (value) Pada Pelanggan .....	12
B. Pengembangan Hipotesis .....	13
C. Model Penelitian .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
A. Objek Penelitian .....	18
B. Subjek Penelitian .....	18
C. Jenis Data .....	18
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	19
E. Teknik Pengumpulan Data .....	20
F. Definisi Oprasional Variabel Penelitian .....	20
G. Uji Istrumen .....	23
1. Uji Validitas .....	23
2. Uji Reliabilitas .....	24
3. Uji normalitas .....	24
H. Teknik Analisis Data .....	26
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
2. Uji Signifikansi Parsial (uji t) .....	27
3. Uji Signifikansi Simultan (uji F) .....	28
4. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian .....	30
1. Objek Penelitian .....	30
2. Subjek Penelitian .....	31
B. Klasifikasi Data Responden .....	32
C. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
D. Hasil Uji Normalitas.....	37
E. Hasil Penelitian Uji Hipotesis .....	40
F. Pembahasan .....	45
1. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	50



BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN .....	51
A. Simpulan .....	51
B. Keterbatasan Penelitian .....	52
C. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	54
Lampiran 1. Klasifikasi Data Responden .....	57
Lampiran 2. Analisis Descriptive .....	58
Lampiran 3. Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linier Berganda) .....	58
Lampiran 4. Gambar Statistik Uji Normalitas .....	60
1. Lampiran Analisis Grapik .....	60
2. Lampiran Analisis Statistik .....	61

## DAFTAR TABEL

Gambar 2.1 Model .....	17
Tabel 3.1 Variabel Devinisi Oprasional Penelitian .....	21
Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2 Kriterion Berdasarkan Usia .....	33
Tabel 4.3 Kriteria Berdasrkan Pekerjaan .....	34
Tabel 4.4 Descritive Statistics .....	35
Tabel 4.5 Hasil Dari Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.6 One-sample Kolmogorov-smirnov Test .....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
Tabel 4.8 Anova .....	43
Tabel 4.9 Model Summary .....	44
Tabel 4.10 Ringkasan Uji Hipotesis .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1 Model
Gambar	4.1 Histogram
Gambar	4.2 Normal p-p Plot Of Regresion Standardized Residu