

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK MOBIL  
HONDA JAZZ DI YOGYAKARTA**

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTAL MARKETING AND CUSTOMER  
SATISFACTION TOWARD THE CUSTOMER LOYALTY ON HONDA  
JAZZ CAR IN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



Oleh :  
Windyta Wahyu Utami  
20120410377

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2016**

# SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK MOBIL  
HONDA JAZZ DI YOGYAKARTA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Indah Fatmawati, Dr., M. Si  
NIDN: 19690816199303143029

Tanggal 6 Desember 2016

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *EXPERIENTAL* MARKETING DAN KEPUASAN KONSUMEN**  
**TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK MOBIL**  
**HONDA JAZZ DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

Windyta Wahyu Utami  
20120410377

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 21 Desember 2016  
Yang Terdiri dari

Indah Fatmawati, Dr., M. Si  
Ketua Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, SE.,MM.  
Anggota Tim Penguji

Winarso Drs.,MM.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.  
NIK: 19660604199202

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Windyta Wahyu Utami

Nomor Mahasiswa : 20120410377

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: “PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK MOBIL HONDA JAZZ DI YOGYAKARTA”, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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 ini 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, 6 Desember 2016

Windyta Wahyu Utami

## **MOTTO**

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’.

**(Qs. Al Baqorah: 45)**

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu berharap”.

**(Qs. Alam Nasyrak: 6-8)**

“Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh keikhlasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan, Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, Karena hidup hanyalah sekali. Ingatlah hanya pada Allah apapun dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat memintan dan memohon”.

## **PERSEMBAHAN**

Sebuah persembahan untuk semua keluargaku tercinta.....

Untuk almarhum papah yang selalu melihat windy dari sana, “ semoga beliau mendapatkan kebahagiaan di surga yang belum di wujudkan di dunia, semoga beliau selalu di dalam kasih sayang Allah SWT”

Untuk hartaku, umi dan adik – adiku tercinta. Umi, terima kasih sudah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu sampai tinggi, terima kasih untuk selalu berjuang untuk windy, terima kasih untuk doa, dukungan dan support yang tiada henti. Dewa dan Dewi adik – adiku terima kasih telah motivasi ku untuk selalu semangat dalam setiap langkahku.

Dan terima kasih untuk teman hidup selama merantau Chella, Digna, Yusi, Vera, Eih, untuk dukunganya, sampai jumpa sukses nanti.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Mobil Honda Jazz di Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini adalah Mobil Honda Jazz di Yogyakarta. Subjek penelitian adalah konsumen Mobil Honda Jazz di Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang konsumen Mobil Honda Jazz di Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda setelah sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner.

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *experiential marketing*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the influence of experiential marketing and customer satisfaction toward the customer loyalty on Honda Jazz car in Yogyakarta. The object of the research was Honda jazz car in Yogyakarta. The subject was the customers of Honda Jazz car in Yogyakarta. The data of the research were gotten by distributing the questionnaires to 100 customer of Honda Jazz car in Yogyakarta. The data analysis done by using the multiple linear regression after the validity test and reability questionnaire.

The result of research showed that the experiential marketing had positive and significant influence toward the customer satisfactory. The experiential markeing had positive and significant influence toward customer loyalty. The experiential marketing influenced the customer loyalty though the customer satisfaction.

**Key Words: experiential marketing, customer satisfaction, customer loyalty.**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Mobil Honda Jazz di Yogyakarta”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Indah fatmawati, Dr. M. Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis.
2. Ibu Retno Widowati, P.A., SE, M.Si. Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Nano Prawoto, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (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 diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 6 Desember 2016

Windyta Wahyu Utami

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vi
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	7
1. <i>Experiential Marketing</i> .....	7
2. Kepuasan Pelanggan/Konsumen .....	16
3. Loyalitas Pelanggan/Konsumen .....	19

B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Penurunan Hipotesis .....	25
D. Model Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	29
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
C. Jenis Data .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	29
E. Definisi Operasional Variabel .....	30
F. Indikator Variabel Penelitian .....	34
G. Uji Kualitas Instrumen .....	35
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Atau Subjek.....	39
B. Uji Kualitas Instrumen .....	41
C. Uji Reabilitas .....	43
D. Profil Responden.....	44
E. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	45
F. Pembahasan .....	48
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	52
B. Keterbatasan.....	52
C. Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Indikator Variabel Penelitian .....	34
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Experiential Marketing .....	42
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	42
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	43
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.5. Deskripsi Profil Responden .....	44
Tabel 4.6. Ringkasan Hasil Uji Regresi Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
Tabel 4.7. Ringkasan Hasil Uji Regresi Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian .....	28
------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Uji Reabilitas
- Lampiran 4 : Regresion