

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER  
LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS  
INTERVENING VARIABLE  
(A Case Study On The Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



Oleh

**R. WICAKSANA PANDEGA PUTRA**  
20140410217

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
TAHUN 2017**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : R. Wicaksana Pandega Putra

Nomor Mahasiswa : 20140410217

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Waroeng Spesial Sambal 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, 21 Desember 2017

Materai, 6.000,-

R. Wicaksana Pandega Putra

## **PERSEMBAHAN**

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat berjasa didalam hidup penulis.
2. Sahabat-sahabat penulis yang selalu menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.
3. Dosen pembimbing skripsi yang senantiasa selalu sabar dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan laporan penelitian skripsi dengan judul :

### **“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis telah berupaya sebaik-baiknya, akan tetapi dikarenakan keterbatasan penulis, maka penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam karya tulis skripsi ini, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Selayaknya sebuah penelitian, pasti selalu ada perkembangan dan modifikasi yang terus berubah di tiap waktunya, maka karya tulis skripsi ini juga membutuhkan pengembangan apabila sekiranya terdapat hal-hal baru yang layak untuk ditambahkan.

Terwujudnya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Ibu Dra. Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
4. Ir. Budi Laksana, selaku ayah penulis yang telah berjasa didalam hidup penulis.
5. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Staff Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Staff Laboratorium Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Seluruh rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen 2014, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan ridho-Nya kepada kita semua, Amin ya Rabbal'alam.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Yogyakarta, 14 November 2017

Penulis

R. Wicaksana Pandega P

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat teoritis.....	7
2. Manfaat praktik.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Loyalitas pelanggan.....	10
2. Kepuasan pelanggan.....	11
3. <i>Experiential marketing</i> .....	12

B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
C. Hipotesis Penelitian.....	21
1. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan...	21
2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ..	22
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	23
D. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	26
1. Obyek.....	26
2. Subyek penelitian.....	26
B. Jenis Data.....	26
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	32
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	37
1. Obyek penelitian.....	37
2. Subyek penelitian.....	38
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	46
1. <i>Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	46
2. Uji Reliabilitas.....	52
3. Kesimpulan uji instrumen.....	54

C. Hasil Penelitian.....	55
D. Pembahasan.....	71
1. <i>Experiential Marketing</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.....	71
2. <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.....	72
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.....	72
4. <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.....	73
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	74
A. Simpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80



## DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
4.1. Jenis Kelamin Responden.....	39
4.2. Usia Responden.....	39
4.3. Kota Asal.....	40
4.4. Jenis Pekerjaan.....	41
4.5. Rata-rata Pembelian Produk.....	42
4.6. Pendapatan.....	43
4.7. Intensitas Berkunjung.....	44
4.8. Aktifitas Ketika Berkunjung.....	45
4.9. Hasil CFA <i>Experiential Marketing</i> Pertama.....	47
4.10. Hasil CFA <i>Experiential Marketing</i> Kedua.....	48
4.11. Hasil CFA Kepuasan Pelanggan Pertama.....	48
4.12. Hasil CFA Kepuasan Pelanggan Kedua.....	49
4.13. Hasil CFA Loyalitas Pelanggan Pertama.....	50
4.14. Hasil CFA Loyalitas Pelanggan Kedua.....	51
4.15. Hasil Reliabilitas <i>Experiential Marketing</i> .....	52
4.16. Hasil Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	53
4.17. Hasil Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	54
4.18. Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i> .....	58
4.19. Penilaian Normalitas Data.....	60
4.20. Pengamatan Data <i>Outliers</i> .....	61
4.21. <i>Goodness of Fit Index</i> .....	64
4.22. Hasil <i>Output Regression Weight</i> .....	65
4.23. Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.24. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	69

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1	Model Penelitian.....	25
4.1.	Pemodelan SEM.....	56
4.2.	Output Model Diagram Jalur.....	63