

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI YANG DIRASAKAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta)

***ANALYSIS THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON
CUSTOMER SATISFACTION WITH PERCEIVED VALUE AS
INTERVENING VARIABLE***

(Study on Consumers of Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta)

SKRIPSI

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

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

ALDO SYAH PUTRA

20140410012

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aldo Syah Putra

Nomor Mahasiswa : 20140410012

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Cinemaxx Gold Lippo Plaza 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, 25 Januari 2018

Materai 6.000 -
METERAI
TEMPEL
TGL 20
03810AEF962177206
6000
ENAM RIBURUPIAH
Aldo Syah Putra

MOTTO

يُسْرًا أَلَسْرَ مَعَ إِنَّ . يُسْرًا أَلَسْرَ مَعَ فَإِنَّ

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. – (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“MAN JADDA WAJADA”

BARANG SIAPA YANG BERSUNGGUH -SUNGGUH PASTI AKAN BERHASIL

"Barang siapa menginginkan soal-soal yang berhubungan dengan dunia, wajiblah ia memiliki ilmunya ; dan barang siapa yang ingin (selamat dan berbahagia) di akhirat, wajiblah ia mengetahui ilmunya pula; dan barangsiapa yang menginginkan kedua-duanya, wajiblah ia memiliki ilmu kedua-duanya pula".

(HR. Bukhari dan Muslim)

**“EMAS SATU GUNUNG AKAN HABIS, TETAPI
BENIH SATU GENGAM AKAN BERKEMBANG JIKA
KITA PUNYA ILMU”**

(Ayahanda tercinta)

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya.....

Puji Syukur serta syukur kepada Allah SWT. Taburan dan Cinta kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta rahmat dari-Mu. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ibunda dan Ayahanda tercinta, dengan kegigihan, usaha, doa dan karena merekalah saya bisa melangkah sejauh ini. Love You, Ayah dan Ibu.

Kakakku tersayang, yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Terima kasih kakak ku, Thank's My Beloved Sister.

Lalu tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Teman - teman yang selalu memberikan masukan dan semangat, terutama untuk Rahmat Squad (Aji, Ghilman, Pandi, Azwar, Jonny, Yandra, Ryan, Dll) atas dukungan, motivasi, dan semangat yang membuat saya semakin optimis dalam melangkah. Sukses buat kita semua, jangan takut untuk bermimpi, AND BELIEVE THAT YOU CAN. JUST ONE THING, "SUCCESS" and "SEE YOU ON THE TOP, GUYS". Seperti kata Idola ku yaitu pemain sepakbola terkenal dan terbaik di dunia Cristiano Ronaldo Dos Santos Aveiro : "Your Love makes me STRONG, Your hate makes me UNSTOPPABLE".

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT dengan segala limpahan, kemudahan, karunia dan rahmat-Nya dalam penulisan skripsi berjudul “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan sebagai Variabel Intervening”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak.,Ca.
3. Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.
4. Pak Winarso, S.E., MM. & Ibu Siti Dyah Handayani, Dr., MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

5. Seluruh dosen dan staff akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah membekali penulis ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
6. Ayah dan Ibu serta saudariku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.
8. Almamaterku.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 25 Januari 2018

Aldo Syah Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
<u>HALAMAN</u> PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Experiential Marketing</i>	8
2. Nilai yang Dirasakan	14
3. Kepuasan Pelanggan.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
C. Penurunan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek dan Subjek Penelitian	27
B. Jenis Data	27

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	28
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
E. Uji Kualitas Instrumen	34
F. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	40
B. Uji Kualitas Instrumen	47
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
D. Pembahasan.....	58
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	64
A. Simpulan	64
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

8.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
8.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
8.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
8.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	43
8.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan	44
8.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perilaku	45
8.7. Hasil Uji Kualitas Instrumen <i>Experiential Marketing</i>	47
8.8. Hasil Uji Kualitas Instrumen Nilai yang Dirasakan	48
8.9. Hasil Uji Kualitas Instrumen Kepuasan Pelanggan	49
8.10. Hasil Uji Kualitas Instrumen Reliabilitas	50
8.11. Hasil Uji F Regresi Sederhana	51
8.12. Hasil Uji t Regresi Linier Sederhana	52
8.13. Hasil Uji (R^2) Regresi Sederhana	52
8.14. Hasil Regresi Berganda	53
8.15. Hasil Uji F Regresi Berganda	54
8.16. Hasil Uji R^2 Regresi Berganda	55
8.17. Hasil Analisis Regresi	56
8.18. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	57

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian	25
3.1. Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	39
4.1. Diagram jalur	56