

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK NAJMINA SKINCARE
DI KABUPATEN BLORA**

SKRIPSI



Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
S u r a k a r t a

Disusun Oleh :

**ERLISA MEIYUTIYUNANING
NIM : C 0115 029**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
S U R A K A R T A**

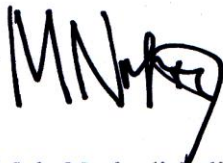
2 0 1 9

LEMBAR PENGESAHAN

Surakarta,2019

Diterima dengan baik
untuk dipertahankan

Pembimbing II



(Drs. Muh. Nurhadi Sulistyono, M.M)

Pembimbing I



(Dra. Sri Wijastuti, M.M)

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK NAJMINA SKINCARE
DI KABUPATEN BLORA**

Oleh :

**ERLISA MEIYUTIYUNANING
NIM : C 0115 029**

Skripsi Telah Dipertahankan Dan Diterima Dengan Baik Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Surakarta : 2019

Penguji:

1. Abdullah Zailani, SE, SAg, M.Pd, M.Si (Ketua)
2. Drs. Suharyoko, M.Si (Sekretaris)
3. Dra. Sri Wijastuti, M.M (Anggota)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....

Dekan,

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta**


(Drs. Tio Handoko, M.M.)

Motto :

- ☞ " Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua."
(Aristoteles).
- ☞ "Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal,
tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh." (Confusius)
- ☞ "Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita
baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik."
(Evelyn Underhill)
- ☞ "Jika orang lain bisa, maka saya juga termasuk bisa.

PERSEMBAHAN :

1. Bapak Ibu tercinta (Bapak Sujono dan Ibu Rumiwati).
2. Dosen Pengajar Universitas Tunas Pembangunan.
3. Penyemangat kuliah Apfit Putra Perdana.
4. Kakak tercinta (Ady Budi Yuniarto).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : **”Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora”** dengan baik. Sholawat serta salam selalu kita panjatkan kepada Rosul kita Nabi Muhammad Saw, semoga syafaatnya selalu melimpah kepada kita semua.

Penulisan ini salah satu tujuannya adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan yang ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut serta membantu dalam penulisan skripsi ini sampai selesai, baik berupa moril maupun materil. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Tresna Priyana Soemardi, SE, MS. selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
1. Drs. Trio Handoko, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah memberikan motivasi kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Dra. Sri Wijiastuti, M.M, selaku pembimbing utama atas perhatian dan kesabarannya memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini berjalan lancar.
3. Drs. Muh. Nurhadi Sulistyono, M.M, selaku pembimbing pendamping yang dengan penuh rasa kesabaran telah memberi bimbingan dan petunjuk kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Pimpinan, staf dan seluruh Karyawan Najmina Skincare di Kabupaten Blora yang telah memberikan izin dan data guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Masyarakat Kabupaten Blora khususnya yang terpilih menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Bapak/ Ibu dosen dan seluruh karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan, sehingga dapat menunjang dalam penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulisan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, semuanya ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis semata. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya dengan tersusunnya skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan di Indonesia pada umumnya dan Universitas Tunas Pembangunan Surakarta pada khususnya.

Surakarta,..... 2019

penulis,

ABSTRAK

Erlisa Meiyutiyunaning. NIM C. 0115 029. Judul: **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK NAJMINA SKINCARE DI KABUPATEN BLORA.** Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan (UTP). Juli, 2019.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk menghitung dan menguji pengaruh *experiential marketing* ditinjau dari faktor indera, perasaan, berpikir, tindakan dan hubungan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora. (2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora.

Penelitian ini dilakukan pelanggan produk perawatan kulit merek Najmina Skincare di Kabupaten Blora, dengan mengambil data dari para pelanggan sebanyak 96 pelanggan sebagai sampel. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial indera, perasaan, berpikir, tindakan dan hubungan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora. Sedangkan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora adalah indera

. loyalitas pelanggan pada produk Najmina Skincare di Kabupaten Blora dipengaruhi oleh faktor indera, perasaan, berpikir, tindakan dan hubungan secara bersama-sama sebesar 94,20%, sedangkan sisanya 5,80% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *experiential marketing*, loyalitas pelanggan, regresi linier berganda.

ABSTRACT

Erlisa Meiyutiyunaning. NIM C. 0115 029. Title : **THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON LOYALTY OF CUSTOMERS OF NAJMINA SKINCARE PRODUCTS IN BLORA DISTRICT**. Thesis. Surakarta: Faculty of Economics and Business, Tunas Pembangunan University (UTP). July, 2019.

The purpose of this study were: (1) To calculate and test the influence of experiential marketing in terms factors of sensory, feelings, thinking, actions and relationships to customer loyalty in Najmina Skincare products in Blora Regency (2) To find out the most dominant factors affecting loyalty customers in Najmina Skincare products in Blora District.

This research was conducted by customers of Najmina Skincare brand skin care products in Blora District, by taking 96 customers' data as samples. Methods of data collection using questionnaires and data analysis techniques using multiple linear regression, test, F test and coefficient of determination.

The results of the study concluded that there was a partial effect of the senses, feelings, thoughts, actions and relationships on customer loyalty in Najmina Skincare Products in Blora District. Whereas the most dominant factor influencing customer loyalty in Najmina Skincare products in Blora Regency is the senses

Customer loyalty in Najmina Skincare products in Blora District is influenced together by factors; sensory, feelings, thinking, actions and relationships at 94.20%, while the remaining 5.80% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: experiential marketing, customer loyalty, multiple linear regression.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	5
A. Kajian Teori	5
1. Pengertian Pemasaran..	5
2. <i>Experiental Marketing</i>	22
3. Kepuasan Pelanggan	26
4. Pembelian Ulang	28
5. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	31
B. Kerangka Pemikiran	32
C. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
B. Populasi Dan Sampel	33
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Uji Instrumen Penelitian.....	37
G. Teknik Analisis Data	38
 BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	 42
A. Deskripsi Objek Penelitian	42
B. Deskripsi Respoden.....	43
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
E. Pembahasan.....	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
 DAFTAR PUSTAKA.....	 62
LAMPIRAN.....	65

TAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV. 1. Harga Produk/Jasa Najmina Skincare.....	43
Tabel IV. 2. Karakteristik Responden.....	44
Tabel IV. 3. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	45
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Indra	46
Tabel IV. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Perasaan	47
Tabel IV. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Berfikir	47
Tabel IV. 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kebiasaan.....	48
Tabel IV. 8. Hasil Uji Validitas Variabel Pertalian.....	49
Tabel IV. 9. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas.....	50
Tabel IV.10. Hasil Analisis Regresi	51
Tabel IV.11. Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel IV.12. Hasil Uji Heterokedastisitas	52
Tabel IV.13. Hasil Analisis Uji t (t test)	55
Tabel IV.14. Hasil Analisis Uji F (F test)	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bauran Pemasaran	13
Gambar 2. Kerangka Berpikir	32
Gambar 3. Uji Heterokedastisitas	53
Gambar 4. Uji Normalitas P-Plot	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	65
Lampiran 2. Tabulasi Data kuesioner Experiantal Marketing dan Loyalitas Pelanggan Produk Najima Skincare	70
Lampiran 3A Hasil Uji Validitas Pertanyaan Loyalitas Pelanggan	74
Lampiran 3B Hasil Uji Validitas Pertanyaan Panca Indra	75
Lampiran 3C Hasil Uji Validitas Pertanyaan Perasaan	76
Lampiran 3D Hasil Uji Validitas Pertanyaan Berfikir	76
Lampiran 3E. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kebiasaan	77
Lampiran 3F. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Pertalian	77
Lampiran 4A Uji Reliabilitas Pertanyaan Loyalitas Pelanggan	78
Lampiran 4B Uji Reliabilitas Pertanyaan Panca Indra	79
Lampiran 4C Uji Reliabilitas Pertanyaan Perasaan	80
Lampiran 4D Uji Reliabilitas Pertanyaan Berfikir	81
Lampiran 4E. Uji Reliabilitas Pertanyaan Kebiasaan	82
Lampiran 4F. Uji Reliabilitas Pertanyaan Pertalian	83
Lampiran 5. Data Persiapan Uji Statistik	84
Lampiran 6. Hasil Uji Statistik deskriptif	87
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi	91
Lampiran 8. Presensi Konsultasi Skripsi	98
Lampiran 9. Surat Keterangan Ijin Penelitian.....	99